

PENGARUH PENGGUNAAN *E-WALLET* DAN *ISLAMIC ECONOMIC LITERACY* TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG ANGKATAN 2020-2022

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

Ulfa Nurkhasanah

NIM. 1905026070

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



**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, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ulfa Nurkhasanah

NIM : 1905026070

Jurusan : S1 Ekonomi Islam


Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* Dan *Islamic Economic Literacy* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.


Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Semarang, 6 Juni 2023

Pembimbing I


Dr. Ratno Agrivanto, M.Si, A.Kt.
NIP.198001282008011010

Pembimbing II


Firdha Rahmiyanti, M.A.
NIP.199103162019032018

PENGESAHAN



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

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang 50185 Telp./Fax. : (024) 7601291
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Ulfa Nurkhasanah
NIM : 1905026070
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Islamic Economic Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022.**

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal : **21 Juni 2023**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 9 Juli 2023

Ketua Sidang,

Tri Widvastuti Ningsih, S.E.I., M.Ak
NIP. 198710102019032017

Penguji Utama I,

Fajar Alhitva, S.Pd., MM
NIP. 198910092015031003

Pembimbing I,

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si., A.Kt
NIP. 199103162019032018

Sekretaris Sidang,

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si., A.Kt
NIP. 199103162019032018

Penguji Utama II,

Choirul Huda, M.Ag
NIP. 197601092005011002

Pembimbing II,

Firdha Rahmiyanti, M.A
NIP. 199103162019032018



MOTTO

“Only you can change your life, Nobody else can do it for you”

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT atas ridho dan karunia-Nya yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibunda tercinta almh. Siti Nurhayati yang selama hidupnya senantiasa memberikan doa yang luar biasa dan selalu mencurahkan kasih sayang tiada henti.
2. Orang tua tercinta, Ayahanda Kongidin dan Ibu Sunarti yang senantiasa selalu mencurahkan doa, motivasi, semangat, dan dukungan yang tidak terbatas.
3. Adik-adikku tersayang, Naily Layyanatus Sifah, Septia Nur Khoiriyah, dan Fitria Nur Aini.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ulfa Nurkhasanah
NIM : 1905026070
Jurusan : Ekonomi Islam

Dengan penuh kesadaran, kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah dianalisis atau diterbitkan oleh pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali pemikiran-pemikiran para ahli yang ada dalam buku dan jurnal sebagai bahan referensi penulisan.

Semarang, 6 Juni 2023

Deklarator



Ulfa Nurkhasanah

NIM. 1905026070

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi Arab Latin dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang merupakan hasil keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Sebagai berikut :

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	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	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
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 di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	”	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَو = aw

D. Syaddah (◌ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya **الطّب** *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-* ... misalnya **الصناعة** = *al-shina'ah*. *Al*

– ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (◌ّ)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan ‘h’ misalnya المعيشة الطبيعية = *al - ma'isyah althabi'iyah*.

ABSTRAK

E-wallet berkaitan dengan manfaat dan kemudahan yang membuat seseorang berperilaku konsumtif. Aspek *Islamic economic literacy* berkaitan dengan kecerdasan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *E-wallet* berkaitan dengan manfaat dan kemudahan yang membuat seseorang melakukan perilaku konsumsi yang berlebihan. Aspek *Islamic economic literacy* berkaitan dengan kecerdasan seseorang dalam bertindak dengan tepat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, salah satunya yaitu konsumsi.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang dari angkatan 2020-2022. Dengan sampel penelitian yang berjumlah 202 responden, yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Variabel independennya itu variabel *e-wallet* dan *Islamic economic literacy*. Sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumsi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil nilai koefisien determinasi R square berpengaruh sebesar 97,1% yang artinya bahwa variabel *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* mempengaruhi variabel perilaku konsumsi sebesar 97,1% dan sisanya 2,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *E-Wallet*, *Islamic Economic Literacy*, Mahasiswa, Perilaku Konsumsi.

ABSTRACT

E-wallets are related to the benefits and conveniences that make a person behave consumptively. The aspect of Islamic economic literacy relates to a person's intelligence in managing his personal finances. This research was conducted to determine the effect of using e-wallets and Islamic economic literacy on student consumption behavior. E-wallets are related to the benefits and conveniences that make a person engage in excessive consumption behavior. The aspect of Islamic economic literacy relates to a person's intelligence in acting appropriately in carrying out economic activities, one of which is consumption.

This research method uses quantitative methods. The population in this study were students of the Islamic Economics Study Program at UIN Walisongo Semarang from the 2020-2022 class. With a research sample of 202 respondents, taken by purposive sampling method. The method used is multiple linear regression analysis with data processing using the SPSS program. The independent variables are e-wallet and Islamic economic literacy. While the dependent variable is consumption behavior.

The results of this study indicate that e-wallet and Islamic economic literacy have a positive effect on student consumption behavior. The results of the coefficient of determination R square have an effect of 97.1%, which means that the e-wallet and Islamic economic literacy variables affect the consumption behavior variable by 97.1% and the remaining 2.9% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: *E-Wallet, Islamic Economic Literacy, Students, Consumption Behavior.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT, atas berkat rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* Dan *Islamic Economic Literacy* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022”.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi ini dapat tersusun atas bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan yang luar biasa kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, 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.
4. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam dan Bapak Nuruddin, S.E., MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Ekonomi Islam Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E yang senantiasa memberikan motivasi, bimbingan dan doa.
5. Ibu Muyassarah, M.Si. selaku wali studi.
6. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, A.Kt. selaku pembimbing I dan Ibu Firdha Rahmiyanti, M.A. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan arahan untuk memberikan bimbingan dalam menyusun Skripsi ini.
7. Teman-teman S1 Ekonomi Islam angkatan 2019 yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB – LATIN	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	9
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)	11
2.1.3 Perilaku Konsumsi	12
2.1.4 <i>E-Wallet</i> (Dompet Elektronik)	14
2.1.5 <i>Islamic Economic Literacy</i> (Literasi Ekonomi Islam)	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
The Influence of Islamic Economic Literacy on the Purchasing Power of Unida’s Students in Unit Usaha Unida (U3).....	22

2.3 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Sumber Data	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	36
3.5 Teknik Analisis Data	38
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.5.2 Kuantitatif.....	39
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.6.4 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian	44
4.1.1 Profil Singkat Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.....	44
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.....	44
4.1.3 Gambaran Umum Responden	46
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.3 Hasil Uji Instrumen	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1 Uji Normalitas	53
4.4.2 Uji Multikolinearitas	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
4.6 Uji Hipotesis	58
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
3.6.2 Uji F (Simultan)	59

4.6.3 Uji t (Parsial)	59
4.7 Pembahasan dan Hasil	60
4.7.1 Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa	60
4.7.2 Pengaruh <i>Islamic Economic Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa	62
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70
RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Pembayaran yang Paling Sering digunakan Oleh Gen Z	3
Gambar 1. 2 Hasil Kuesioner Pra-Riset Mengenai Perilaku Konsumsi.....	4
Gambar 1. 3 Hasil Normal P-P Plot	55
Gambar 1. 4 Hasil Uji Heteroskedasitas	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Penelitian	33
Tabel 3. 2 Skor Alternatif Jawaban Responden	36
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Angkatan	46
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedasitas	56
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Linear Berganda	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	60

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari setiap rumah tangga tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi, baik untuk memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder dalam kelangsungan hidup berumah tangga. Begitu juga mahasiswa, mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi supaya terpenuhinya kebutuhan. Mahasiswa termasuk golongan pada tahap perkembangan yang usianya mulai dari 18 sampai dengan 25 tahun. Pada tahap perkembangan ini mahasiswa dapat digolongkan sebagai remaja akhir sampai dengan dewasa awal dilihat dari perkembangan mahasiswa itu sendiri. Selain itu, sebagai remaja yang mandiri, mahasiswa dapat mengatur kebutuhannya dalam berkonsumsi dan pendapatan yang bersumber dari orang tua ataupun penghasilan yang diperoleh dari bekerja, sehingga pada kegiatan ekonomi mahasiswa terkadang mempunyai sikap yang tidak rasional.¹

Menurut Lubis, perilaku konsumsi yang berlebihan/konsumtif didefinisikan sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).² Perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat kehidupan manusia yang dinamis, serta tingkat literasi seseorang diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah

¹ Rofiqoh Dalayah and Finisica Dwijayati Patrikha, "Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Universitas Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020).

² Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang," *Jurnal Psikoloigi Undip* 12 (2013).

bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier dan cenderung bersikap konsumtif.³

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat di era saat ini, berhasil memberikan sebuah inovasi akan perubahan dalam perkembangan sistem pembayaran. Dinamika perubahan dalam sistem pembayaran ini, terbilang cukup cepat khususnya di negara berkembang seperti negara Indonesia. Di Indonesia sendiri, pembayaran yang dahulu dilakukan dengan sistem manual atau harus membawa uang fisik kini telah bertransformasi dengan hanya menggunakan sistem pembayaran digital berupa uang elektronik yang tersimpan di dompet digital (*e-wallet*). Perubahan yang terjadi tersebut, jelas akan membawa dalam arah perubahan gaya hidup (*life style*) yang dulunya bertransaksi menggunakan uang fisik/tunai kemudian digantikan menggunakan uang elektronik.⁴

Tren penggunaan *e-wallet* didominasi oleh kalangan mahasiswa gen Z. Gen Z/generasi Z merupakan generasi yang dinilai fasih dan melek dalam menggunakan teknologi, maka dari itu dengan adanya perubahan sistem pembayaran tersebut berhasil membuat gen Z merubah gaya hidupnya. Pembayaran secara non tunai ini memiliki banyak manfaat seperti efisien dan aman, memiliki riwayat transaksi yang dapat dicek kapanpun bahkan menjadi alternatif untuk menghindari adanya pemalsuan uang fisik.⁵ Berikut merupakan layanan pembayaran non tunai yang paling sering digunakan oleh kalangan Gen Z.⁶

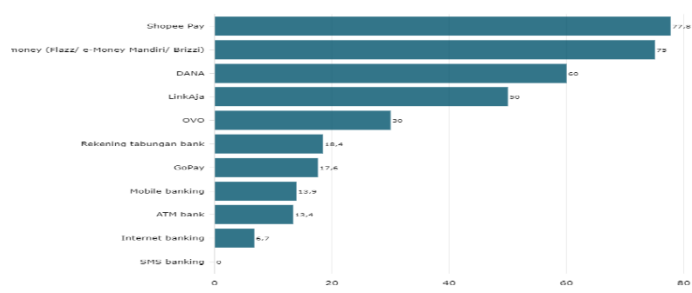
³ Hermin Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–826.

⁴ Tarisa Hayu Puspitasari, "Cashless in Gen Z," *Kompasiana.Com*, accessed March 16, 2023, <https://www.kompasiana.com/tarisahayupuspitasari2555/63c403fb59008b76843f8423/cashless-society-in-gen-z>.

⁵ Tarisa Hayu Puspitasari, "Cashless in Gen Z,".

⁶ Cindy Mutia Annur, "Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-Money Untuk Bertransaksi," *Katadata.Co.Id*, accessed March 16, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>.

Gambar 1.1
Layanan Pembayaran yang Paling Sering digunakan Oleh Gen Z



Sumber: Riset Katadata Insight Center (data diolah oleh Katadata.co.id)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Riset Katadata Insight Center (KIC) pada Oktober 2020, menyebutkan bahwa mayoritas gen Z paling sering menggunakan Shopee Pay dan *e-money* untuk bertransaksi selama tiga bulan terakhir. Tercatat, masing-masing 77,8% dan 75% responden memilih metode tersebut. Selanjutnya, responden memilih menggunakan DANA, LinkAja, dan OVO masing-masing 60%, 50%, dan 30%.

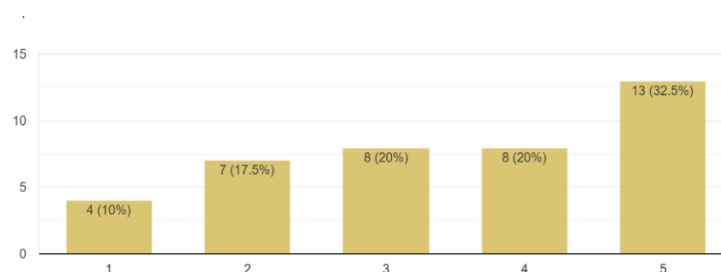
Banyaknya manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh *e-wallet* tak jarang dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi, karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya. Hal tersebut menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang. Suyasa dan Fransisca menyatakan bahwa dampak negatif yang muncul dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan kecemasan. Hal tersebut dikarenakan individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya.⁷

⁷ Fitriyani, Widodo, and Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang."

Islamic economic literacy/literasi ekonomi Islam dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami ekonomi Islam sehingga memiliki kepekaan dan daya kritis yang membuatnya dapat bertindak tepat melaksanakan kegiatan ekonomi yang dilandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Dengan bahasa sederhana literasi ekonomi Islam diartikan sebagai kecerdasan dalam berekonomi menurut syaria Islam.⁸ Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 dibekali dengan pengetahuan ekonomi Islam yang baik. Dengan kata lain, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 memiliki literasi ekonomi Islam yang baik, sehingga dapat bertindak dengan tepat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, salah satunya yaitu konsumsi. Namun berdasarkan hasil pra-riset dengan menyebarkan kuesioner sementara kepada 40 responden pengguna *e-wallet*, dan hasilnya terindikasi adanya masalah pada perilaku konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022. Mereka mengungkapkan bahwa mereka menggunakan *e-wallet* karena lebih memudahkan dalam bertransaksi, akan tetapi membuat mereka konsumtif atau cenderung membelanjakan uangnya atas dasar keinginan bukan kebutuhan. Berikut merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sementara:

Gambar 1. 2

Hasil Kuesioner Pra-Riset mengenai Perilaku Konsumsi



Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

⁸ Susiana Manisih, “Urgensi Literasi Ekonomi Islam Pada Generasi Muda Muslim,” *Dialog* 38, no. 2 (2015): 203–210.

Dari grafik di atas, dapat kita lihat bahwa perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 dikatakan tinggi dimana persentase tertinggi terdapat pada pilihan “Sangat Setuju” sebanyak 32,5% dan “Setuju” sebanyak 20%. mahasiswa lebih mementingkan keinginan tanpa memperhatikan kebutuhan.

Penelitian ini selinier dengan penelitian Rusdi Hamka Lubis (2022), mengenai Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan dompet digital dengan budaya konsumtif masyarakat di Kota Tangerang adalah sebesar 6,36% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi kajian dalam penelitian ini.⁹

Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Andika Nikita Sari, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo (2020), mengenai Penggunaan E-wallet dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet linkaja yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2018 membentuk perilaku konsumsi yang rasional. Perilaku konsumsi rasional mahasiswa tercermin dari aktivitas konsumsinya ketika menggunakan e-wallet linkaja yaitu, tetap merencanakan pembelian sesuai kebutuhannya meskipun mendapat tawaran promosi harga barang dan jasa dari linkaja.¹⁰

Penelitian lain yang selinier yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Cinta Ayu Marlika (2019), mengenai Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh signifikan

⁹ Rusdi Hamka Lubis, “Penggunaan Dompot Digital Dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi,” *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 1–10.

¹⁰ Andika Nikita Sari, Sri Umi Mintarti, and Sugeng Hadi Utomo, “Penggunaan E-Wallet Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa,” *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan* 5, no. 12 (2020): 1860.

terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam sebesar 52,5% terhadap, sedangkan sisanya 47,5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel literasi ekonomi Islam.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, diantaranya pada penelitian terdahulu belum ada yang menggunakan variabel-variabel seperti yang digunakan pada penelitian ini secara bersama-sama. Kemudian pada penelitian ini terfokus pada Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022.

Dari masalah perilaku konsumsi yang terjadi pada Mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022, mahasiswa yang telah mendapatkan *Islamic economic literacy*/literasi ekonomi Islam seharusnya lebih bisa mengontrol perilaku konsumsinya namun malah melakukan konsumsi secara berlebihan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Islamic Economic Literacy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022?
2. Apakah *Islamic economic literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

¹¹ Cinta Ayu Marlita, “Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,” *Universitas Alaudin* (2019): h. 20.

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022.

Manfaat dari penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* serta kaitannya dengan perilaku konsumsi.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Manfaat Praktis
 - a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk lebih mengendalikan perilaku konsumsi salah satunya melalui peningkatan *Islamic economic literacy*.
 - b. Bagi perbankan atau lembaga penyelenggara, penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk meningkatkan dan mengembangkan pelayanan transaksi *e-wallet*.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, Perumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka teori, Penelitian Terdahulu, Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data, Populasi dan Sampel, Metode pengumpulan data, Variabel penelitian dan pengukuran, Teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB V PENUTUP

Simpulan, Saran

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang dikembangkan oleh Davis, TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi.¹² Model yang disebut sebagai *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model sistem informasi yang menunjukkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model tersebut menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan teknologi baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakannya, terutama: Kegunaan yang dirasakan (*Perceived usefulness*) dan Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*Perceived ease of use*) dan sikap mereka terhadap penggunaan teknologi baru.¹³

Sebagai sebuah teori, TAM digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan sistem informasi dengan menggunakan pendekatan perilaku untuk mengkaji proses penerimaan suatu teknologi informasi. Teori TAM memiliki dua faktor utama sebagai penentu penerimaan sebuah teknologi informasi, yaitu: persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan.

1. Persepsi Kemanfaatan (*Perceived usefulness*)

Menurut Davis, definisi persepsi kebermanfaatan adalah dimana suatu tingkatan seseorang percaya bahwas sistem dapat meningkatkan prestasi kerja atau kinerja dari pengguna sistem. Asumsi lain mengatakan bahwa jika percaya kalau sistem informasi yang digunakan berguna maka akan digunakan, sebaliknya jika suatu sistem informasi dipercaya tidak

¹² Teguh Pernanda, Andi Aswan, and Bintang Balele, "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, Dan Cashback, Terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet" 1, no. 2 (2021): 122–135.

¹³ Filona and Misdiyono, "Factors Affecting the Adoption of Electronic Money Using Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior," *Journal of Business Economics* 24, no. 1 (2019): 100–113.

berguna maka sistem informasi tersebut tidak digunakan. Jadi jika pengguna percaya bahwa sistem informasi berguna secara otomatis sistem tersebut bermanfaat bagi pekerjaan, seperti halnya dengan penggunaan aplikasi *e-wallet* yang dapat bermanfaat untuk penggunanya. Indikator yg digunakan penelitian ini dalam persepsi kebermanfaatan yaitu: mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), efektivitas (*effectiveness*), mempermudah pekerjaan (*make job easier*), bermanfaat (*useful*).

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)

Davis di dalam penelitiannya menyebutkan bahwa "*ease*" artinya "*freedom from difficulty or great effort*". Selanjutnya "*ease to use perceived*" didefinisikan "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*". Jadi, bila diterapkan dalam sistem informasi kearsipan, maksudnya sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem informasi kearsipan tersebut akan mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa apabila pengguna percaya bahwa sistem tersebut akan mudah dalam pengoperasiannya serta akan menghemat waktu serta tenaga pengguna dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

Hasil penelitian Davis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan suatu sistem dan dapat menjelaskan suatu sistem baru dapat diterima oleh pengguna. Kemudahan yang ditawarkan tidak hanya kemudahan dari penggunaan tetapi juga mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*), mudah digunakan (*easy to use*).¹⁴

Pendekatan model TAM melalui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dinilai mampu menjadi salah satu pemecahan masalah perilaku konsumsi. Persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan bahwa usaha

¹⁴ Pahri Fahlevi, Athanasia Octaviani, and Puspita Dewi, "Analisis Aplikasi IJATENG Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 08 (2017).

merupakan sumber daya yang terbatas bagi seseorang yang akan mengalokasikan untuk berbagai kegiatan termasuk kegiatan konsumsi. Yang paling penting bagi pengguna adalah jumlah usaha yang dia keluarkan. Davis dalam Pambudi mengemukakan bahwa persepsi kemanfaatan adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Hal serupa juga diungkapkan oleh Wang & Li, menjelaskan bahwa konsumen dapat merasakan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) ketika teknologi yang diadopsi dapat digunakan dimana saja dan kapanpun untuk dikeluarkan dalam menggunakan suatu sistem layanan. Persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor yang berpengaruh positif terhadap *behavior intention*.¹⁵ *Behavior intention* kemudian menjadi prasyarat yang diperlukan untuk indikasi berperilaku, dalam hal ini perilaku konsumsi dalam menggunakan *e-wallet*.

2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori Icek Azjen yang dikenalkan tahun 1991. Azjen menjelaskan bahwa “...*these determinants follow, respectively, from beliefs about the behavior’s likely consequences, about normative expectations of important others, and about the presence of factors that control behavioral performance.*” Dengan demikian, TPB adalah kerangka berpikir untuk mengetahui determinan dari suatu perilaku. Dengan kata lain, teori ini berusaha menjelaskan alasan seseorang melakukan sesuatu. Menurut Azjen, terdapat tiga hal terkait TPB, yaitu, sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku.¹⁶ Pada penelitian ini, literasi ekonomi Islam (*Islamic economic literacy*) akan memprediksi perilaku konsumsi mahasiswa melalui penggunaan *e-wallet*. Semakin tinggi tingkat literasi ekonomi Islam mahasiswa, semakin positif sikap mereka terhadap perilaku konsumsi. Mahasiswa yang berkemampuan

¹⁵ Pemandu, Aswan, and Balele, “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, Dan Cashback, Terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet.”

¹⁶ Joko Sustiyo, “Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?,” *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam* 5, no. 1 (2020): 25–34.

baik dalam pengetahuan tentang manajemen keuangan maka seharusnya tidak akan konsumtif.

Sommer mengatakan bahwa perilaku manusia bisa disebabkan oleh alasan-alasan atau kemungkinan yang berbeda, hal ini berarti bahwa keyakinan seseorang tentang konsekuensi dari sikap/perilaku, keyakinan akan ekspektasi terhadap orang lain dan adanya faktor-faktor yang mungkin menghalangi perilaku tersebut. Teori ini menunjukkan bahwa latar belakang seperti gender, usia, pengalaman, pengetahuan akan mempengaruhi keyakinan seseorang terhadap sesuatu yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku seseorang tersebut.¹⁷

2.1.3 Perilaku Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *to consume* atau dalam bahasa Belanda *consumptie* yang artinya memakai atau menghabiskan. Secara luas, konsumsi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, baik secara langsung maupun berangsur-angsur untuk memenuhi kebutuhan.¹⁸

John Maynard Keynes, melalui bukunya *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, mengemukakan teori konsumsi pendapatan absolut atau lebih dikenal dengan hipotesis pendapatan absolut. Teori konsumsi Keynes didasarkan pada hukum konsumsi psikologis dasar, yaitu jika pendapatan meningkat, konsumsi juga akan meningkat, tetapi peningkatannya relatif kecil. Ketika tingkat pendapatan meningkat, kecenderungan mengkonsumsi rata-rata menurun. Kecenderungan rata-rata untuk menabung lebih besar ketika pendapatan meningkat.¹⁹

Menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumsi didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran

¹⁷ Nurul Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* Volume 01 (2020). h.92–101.

¹⁸ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, ed. Badrul Munir, 1st ed. (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017).

¹⁹ Laila Ramadani, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa," *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8, no. 1 (2016). h.1–8.

yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Sedangkan menurut Kotler, mengatakan bahwa perilaku konsumsi merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.²⁰

Perilaku konsumsi dapat dipahami dalam tiga tahapan. Pertama: Preferensi konsumen. Ini adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk daripada jenis produk yang lain. Kedua: Garis anggaran. Konsumen juga akan mempertimbangkan faktor harga dan akan memutuskannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya. Ketiga: Pilihan konsumen. Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut.²¹

Perilaku konsumsi pada setiap orang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini, disebabkan perilaku konsumsi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal disini berasal dari diri konsumen sendiri, seperti selera konsumen, pendapatan setiap konsumen, kebiasaan yang dilakukan konsumen, serta motivasi. Sedangkan faktor eksternal kebalikan dari faktor internal yaitu berasal dari lingkungan sekitar konsumen atau berasal dari diri luar konsumen itu sendiri, seperti kebudayaan lingkungan sekitar, harga produk, status sosial, mode barang ataupun barang pengganti.²²

Pada surat al-A'raf: 31-32 terkait konsumsi Allah SWT mengingatkan kepada umat manusia untuk menggunakan apa-apa yang

²⁰ Endah Murniatiningsih, "Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri Di Surabaya Barat," *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents* 5, no. 1 (2017). h.12–26.

²¹ Suharyono, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Intaj* 1, no. 1 (2018). h.1–8.

²² Daliyah and Patrikha, "Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Universitas Negeri Surabaya."

dapat digunakan seperti pakaian dan lain-lain secara proporsional dan tidak berlebih-lebihan.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ (31)

31. *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.*

Menurut Quraisy Shihab, pada ayat 31 tersebut mengandung makna keharusan mengenakan pakaian yang indah dan patut serta menutupi aurat. Penggunaan pakaian ini ketika setiap memasuki masjid atau di dalam masjid, baik dalam arti khusus maupun masjid dalam pengertian luas yaitu bumi Allah. Makanlah yang halal, lezat, bergizi dan bermanfaat bagi tubuh. Minumlah minuman yang kamu sukai tetapi tidak memabukkan dan tidak mengganggu kesehatan. Janganlah berlebih-lebihan, karena Allah tidak menyukai orang yang berlebihan yakni tidak memberikan rahmat dan pahala bagi orang-orang yang berlebihan. Dengan demikian, dari ayat di atas dapat diambil prinsip konsumsi yaitu proporsional dan tidak berlebih-lebihan atau tidak mengikuti selera hawa nafsu.²³

Sembiring menyatakan indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:²⁴

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.
- b. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- c. Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.
- d. Tidak ada skala prioritas

2.1.4 *E-Wallet* (Dompet Elektronik)

Dompet elektronik atau disebut juga *e-wallet*, adalah sistem pembayaran elektronik yang dapat menggantikan dompet fisik dan dapat

²³ Lukman Fauroni, "Tafsir Ayat-Ayat Tentang Konsumsi (Aplikasi Tafsir Ekonomi Al-Qur'an)," *Millah* 8, no. 1 (2008). h.122–144.

²⁴ Rida Nur Afyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020). h.147–154,

diunduh secara online dari *App Store*, *Play Store*, atau *Huawei AppGallery*. Dengan *e-wallet*, orang dapat menggunakan *smartphone* mereka untuk melakukan transaksi, menerima dan mentransfer uang, dan mengisi kembali akun mereka.²⁵

E-wallet atau dompet elektronik adalah sejenis perangkat lunak yang berada pada sebuah komputer atau perangkat elektronik pembeli yang menyimpan uang tunai digital dan tanda tangan digital. *E-wallet* adalah platform online yang menyimpan informasi pembayaran dan kata sandi pengguna dan memungkinkan mereka melakukan transaksi perdagangan elektronik. Ini bertindak sebagai penyelenggara digital dan berisi informasi yang berkaitan dengan ELDS (*Embedded Linux Developer Suite*), tanda tangan digital dan sertifikat, informasi masuk dan alamat penagihan dan pengiriman. Adanya *e-wallet* menghilangkan kebutuhan kehadiran fisik manusia untuk melakukan transaksi apapun. Pengguna dapat melakukan pembayaran sambil duduk di rumah atau berbelanja online melalui perangkat mereka.²⁶ Indikator kemudahan penggunaan tersebut menurut Davis apabila ditarik korelasinya dengan penggunaan *e-wallet* dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁷

a. Mudah dipelajari

Pemahaman uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui *smartphone*. Dengan demikian, *e-wallet* sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya.

b. Fleksibel

Fleksibel dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. *E-wallet* dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya

²⁵ Ahmad Azwan et al., "Analyzing Factors Influencing E-Wallet Adoption Using UTAUT2 Model: A Literature Review," *Islamic Banking, Accounting and Finance International Conference (iBAF) 2022* (2022). h.202–211.

²⁶ Nair, A., Dahiya, M., & Gupta, N. (2016). Educating consumers about digital wallets. *International Journal of Research*, 3(13). h.743-750.

²⁷ Rida Nur Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020). h.147–154,

sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, *fast food*, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Di samping itu *top up* saldo *e-wallet* dapat mudah dilakukan melalui bank, ATM, *mobile banking* ataupun pada *minimarket* tertentu. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* dapat dilakukan dimana dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunanya.

c. Mudah digunakan

E-wallet merupakan alternatif instrumen pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan *e-wallet*, maka hanya harus memastikan *e-wallet* tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun mudah hanya dengan mengatur layanan sesuai yang diinginkan pada aplikasi *e-wallet*.

2.1.5 Islamic Economic Literacy (Literasi Ekonomi Islam)

Literasi ekonomi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan individu untuk dapat mengenal atau menggunakan konsep dan cara berpikir ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Literasi ekonomi disebut juga sebagai kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang pendapatan, pengeluaran, dan mengalokasikan uang. Literasi ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang pendapatan, pengeluaran, dan mengalokasikan uang.²⁸

Menurut Bank Indonesia, Literasi Ekonomi Islam merupakan suatu pengetahuan seseorang terhadap nilai-nilai syariah Islam untuk mempergunakan dan mengelola kekayaannya sebagai upaya menggapai ridha Allah SWT serta kesejahteraan yang seimbang, dengan menggunakan 6 indikator antara lain : Pengetahuan terhadap istilah Ekonomi Islam, Pengetahuan terhadap produk dan jasa halal, Lembaga Keuangan Sosial

²⁸ Riyanto Efendi, Setyabudi Indartono, and Sukidjo Sukidjo, "The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers," *International Journal of Economics and Financial Issues* 9, no. 3 (2019). h.98–104.

Syariah, pengelolaan keuangan secara syariah, kemampuan numerik dan sikap pada masa depan.²⁹

Tingkatan Literasi Ekonomi Islam ada 4, diantaranya:³⁰

1. *Well Literate*, merupakan suatu kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman dengan baik pada 6 indikator Literasi Ekonomi Islam serta responden minimal mempunyai pengetahuan dengan prosentase 75% pada setiap indikator penyusun Literasi.
2. *Sufficient Literate*, merupakan suatu kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman cukup pada 6 indikator Literasi Ekonomi Islam serta responden mempunyai pengetahuan sebesar 60% hingga 75% dari setiap indikator penyusun Literasi.
3. *Less Literate*, merupakan suatu kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman kurang pada 6 indikator Literasi Ekonomi Islam serta responden mempunyai pengetahuan sebesar 40% hingga 60% dari setiap indikator penyusun Literasi.
4. *Not Literate*, merupakan suatu kondisi individu yang tidak memahami dan mengetahui prinsip mulai dari istilah Ekonomi Islam hingga sikap terhadap masa depan. Pada tingkat ini responden mempunyai pengetahuan kurang dari 40% dari setiap indikator penyusun Literasi.

Pandey dan Bhattacharya mengemukakan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan menggunakan konsep ekonomi untuk mengambil keputusan tentang pendapatan, tabungan, pembelanjaan dan pengalokasian uang. Literasi ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi dasar dan berpikir kritis dalam pengambilan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat menjadikan seseorang cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan menerapkan konsep ekonomi. Selain itu, literasi ekonomi menjadi sangat penting untuk

²⁹ Erika Firdiana and Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 2015 (2021). h.99–109.

³⁰ Ibid.

membuka pengetahuan tentang biaya atau manfaat suatu barang dalam kegiatan ekonomi.³¹

Literasi pada diri seseorang dapat menjadikan individu tersebut pandai mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan atau tujuan yang ingin dicapai dan literasi ekonomi berperan sangat penting dalam membuka pengetahuan tentang biaya atau manfaat suatu barang dalam kegiatan ekonomi yang sedang dialami. Literasi dipengaruhi oleh berbagai indikator seperti, kelangkaan, sumber daya produktif, sistem ekonomi, pertukaran, insentif ekonomi, pasar, manajemen ekonomi.³²

Di dalam Al-Qur'an telah termaktub ayat-ayat tersurat maupun tersirat yang berisi anjuran maupun perintah untuk menumbuhkan literasi. Sebagaimana dijelaskan beberapa gambaran perintah dan titah untuk melakukan aktivitas literasi yang digambarkan melalui Al-Qur'an surat Al-Alaq ayat 1-5:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي
عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.” (Q.S. Al-Alaq : 1-5)

Dilihat dari makna ayatnya, ayat ini berisi tentang perintah membaca. Aktivitas membaca sendiri sangat dekat dengan ilmu. Membaca menjadi cara dan jalan penting untuk memperoleh dan memiliki pengetahuan. Sebagai perintah langsung dari Allah Swt, ayat ini menerangkan mengenai pentingnya membaca dan ilmu yang bertujuan pada Ke-Tuhanan. Maka tidak berlebihan jika, wahyu pertama ini menjadi slogan utama, bahwa Islam adalah agama ilmu. Ilmu yang mencerahkan, mencerdaskan dan ilmu yang membawa kepada keselamatan (Tuhan). Ayat

³¹ Yuriza Maulidina and Tri Kurniawati, “The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents’ Income on Consumptive Behavior,” *Economic Education Analysis Journal* 11, no. 2 (2022). h.191–200.

³² Efendi, Indartono, and Sukidjo, “The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers.”

ini juga langsung menerangkan tentang penciptaan manusia dari segumpal darah dan proses ilmu dalam diri manusia. Proses ilmu pengetahuan dalam diri manusia (seseorang) itu hendaknya berorientasi pada pendalaman dan penanaman kesadaran akan Allah SWT. yang telah menciptakannya. Manusia pada mulanya tidak mengetahui apa-apa, dan Allah SWT. yang telah mengajarkannya sehingga memiliki ilmu pengetahuan. Artinya manusia pada mulanya berada dalam kebodohan, lalu kemudian berada dalam penuh keberkahan karena ilmu pengetahuan yang dimilikinya dari Allah SWT. Ini semua semata-mata karena Allah SWT. Dan hakekat keberadaan manusia di dunia adalah sebagai makhluk. Maka, proses membaca sebagai bagian dari proses belajar sangat penting berakhir pada suatu kesadaran penuh akan hakekat manusia sebagai hamba (makhluk), dan pengakuan Allah SWT. sebagai pencipta (Al-Khalik).³³

Menurut penulis setiap definisi dari literasi memiliki kesamaan, literasi berarti kemampuan untuk mengenali masalah ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu, literasi ekonomi Islam bisa didefinisikan sebagai kompetensi individu atau sosial dalam mengidentifikasi masalah, memahami konsep dasar ekonomi Islam, memahami tentang prinsip dan nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari demi mencapai kesejahteraan. Seseorang dapat dikatakan “literate” dalam ekonomi Islam apabila ia mampu; membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang kemudian terkejutkannya dalam kehidupan berekonominya. Mampu memahami konsep-konsep dasar ekonomi Islam serta prinsip dan nilai-nilai dasar yang menguatkannya, dan yang terpenting mampu menerapkan secara mendalam prinsip-prinsip dan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

³³ Abdul Hayyi Akrom, “Memaknai Aktifitas Membaca Sebagai Jalan Ilmu Dalam Islam (Studi Kandungan Surat Al-Alaq Ayat 1-5),” *Jurnal Penelitian Tarbawi: Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial* 7, no. 1 (2022). h.26–33.

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
1	Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti (2020)	Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial	Fintech e-wallet	Perilaku Konsumtif	TAM	Regresi	Hasil penelitian: variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2	Azka Fikri (2021)	Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU	Penggunaan Shopeepay	Perilaku Konsumtif		Analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji hipotesis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePay berpengaruh sebesar 46% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
3	Rizki Yudha Pratama dan Fityan Izza Noor Abidin (2022)	The Effect of Financial Literacy, Ease of Use and Brand Image of E-wallet on Consumptive Attitudes of Accounting Students	Financial Literacy, Ease of Use and Brand Image of E-wallet	Consumptive Attitudes		Regresi	Literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan brand image e-wallet tidak berpengaruh terhadap sikap konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
4	Oktavia Nuratika, Saparudin Mukhtar, dan Harya Kuncara Wiralaga (2022)	The Influence of Use Digital Wallets and Financial Literacy on The Consumptive Behavior of College Students in DKI Jakarta	Use digital wallets and financial literacy	The Consumptive Behavior		Regresi	Penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
5	Akhil Parameswaran, Tajamul Islam (2022)	Impulsive buying behavior and Digital wallet Usage	Digital wallet Usage	Impulsive buying behavior		Regresi	Hasil penelitian menyebutkan an bahwa penggunaan Digital Wallet berpengaruh signifikan terhadap Impulse buying.
6	Risca Kurnia Sari, Satria Putra Utama, dan Anisa Zairina (2021)	The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying	Online Shopping and E-Wallet	Consumer Impulse Buying		Regresi	Belanja online dan e-wallet secara simultan mempengaruhi pembelian impulsive
7	Ahmad Lukman Nugraha, Arie Rachmat Soenjoto, dan Adib Susilo (2019)	The Influence of Islamic Economic Literacy on the Purchasing Power of Unida's Students in Unit Usaha Unida (U3)	Islamic Economic Literacy	The Purchasing Power		Regresi	Variabel kehalalan produk, kualitas produk, unsur syubhat atau keraguan, tabzir dan isyraf berpengaruh kuat terhadap daya beli mahasiswa UNIDA U3

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
							yaitu sebesar 69,1%.
8	Rahma Nurzianti (2022)	The Effect of Islamic Financial Literacy on Consumptive Behavior of Students of Islamic Economics Study Program IAIN Takengon	Islamic Financial Literacy	Consumptive Behavior		Regresi	Literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
9	Elma Aviani dan Prih Hardinto (2019)	The Effect of Modernity, Economic Literacy, and Social Environment on Consumption Behavior of Senior High School Students	Modernity, Economic Literacy, and Social Environment	Consumption Behavior		Regresi	Secara simultan modernitas, literasi ekonomi, dan lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa.
10	Sundari, Muawanah, dan Fendik Asmoro (2021)	The Effect of Economic Literacy and Informal	Economic Literacy and Informal	The Consumption Behavior		Regresi	Literasi ekonomi dan pendidikan ekonomi informal

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
		Economic Education on The Consumption Behavior	Economic Education				terhadap perilaku konsumsi berpengaruh sebesar 11,4%.
11	Teguh Purnanda, Andi Aswan, Bintang Balele (2021)	Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan <i>Cashback</i> , terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan <i>E-wallet</i> .	Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan <i>Cashback</i>	Konsumsi Mahasiswa Menggunakan <i>E-wallet</i> .	TAM	Regresi	Persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persentase konsumsi. Sedangkan, variabel persepsi diskon dan <i>cashback</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap persentase konsumsi mahasiswa menggunakan <i>e-wallet</i> .

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
12	Siti Mujayannah, Diah Syifaul A'yuni, Sundari (2022)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Hasil Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Peserta Didik Madrasah Aliyah Dzulornain Kecamatan Pungging	Literasi Ekonomi dan Hasil Belajar Ekonomi	Perilaku Konsumsi		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi dan Hasil Belajar Ekonomi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi sebesar 47,2%.
13	Estu Niana Syamiya (2020)	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif	Literasi Ekonomi	Perilaku Konsumtif		Regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan adapun besarnya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 32,7%.
14	S. Marten Yogaswara, Aini Kusniawati, Yudho Ramafri	Pengaruh Pemahaman Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Pemahaman Literasi	Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki dampak yang

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
	zal S. (2023)	Pendidikan Ekonomi UNPAS (Survei pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 dan 2021 FKIP UNPAS)					signifikan terhadap perilaku pembelian mahasiswa sebesar 48,7%.
15	Indri Murniawaty, Ari Setiawati, Nina Farliana (2021)	Determinasi <i>Financial Literacy</i> , Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi	<i>Financial Literacy</i> , Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup	Perilaku Konsumsi		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan <i>financial literacy</i> , status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
16	Yultiana Marsela, Rusno, Walipah (2020)	Pengaruh Literasi Ekonomi, Pengelolaan Uang Saku, Dan Kontrol Diri	Literasi Ekonomi, Pengelolaan Uang Saku, Dan Kontrol Diri	Rasionalitas Perilaku Konsumsi		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan dampak positif dan signifikan dari literasi ekonomi ,

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
		Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa					pengelolaan uang saku dan kontrol diri terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang.
17	Dea Pratiwi Kaharu, Radia Hafid, Melizubaida Mahmud (2022)	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Kabila Kabupaten Bone Bolango	Literasi Ekonomi	Perilaku Konsumsi		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa pengaruhnya sebesar 15,8%, sedangkan sisanya sebesar 84,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
18	Bahrul Ulum (2023)	Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, Dan Modernitas Terhadap Rasionalitas Konsumsi Mahasiswa	Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, Dan Modernitas	Rasionalitas Konsumsi		Regresi	Gaya hidup, dan literasi ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap rasionalitas konsumsi mahasiswa ekonomi dengan nilai sig 0,000, dengan pengaruh 44,6%.
19	Ivo Selvia Agusti), Nining Dewanti Gultom (2019)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Literasi Ekonomi Dan Modernitas	Perilaku Konsumtif		Regresi	Literasi ekonomi dan modernitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 13,9% sedangkan sisanya 86,1% dipengaruhi oleh faktor lain dan faktor-

No	Penulis	Judul	Variabel Independen	Variabel Dependen	Teori	Alat Analisis	Hasil
							faktor lain diluar penelitian ini.
20	Roikhatul Jannah (2019)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA	Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif		Regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 15,7%, sedangkan sisanya 84,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

2.3 Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Sanskerta, kata hypo yang bermakna kurang dan thesis yang bermakna pendapat. Dikatakan juga bahwa hipotesis adalah pandangan yang setengah benar. Jadi, pengertian hipotesis adalah suatu pendapat sementara atau jawaban atas suatu pertanyaan yang diajukan, yang perlu dibuktikan kebenarannya.³⁴

³⁴ Hendri Tanjung and Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, ed. Paskalina Oktavianawati, 2nd ed. (Bekasi: Gramata Publishing, 2018). h.94

1. Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

E-wallet adalah sistem pembayaran elektronik yang dapat menggantikan dompet fisik dan dapat diunduh secara online dari *App Store*, *Play Store*, atau Huawei AppGallery. Menurut Kotler, perilaku konsumsi merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. *E-wallet* merupakan salah satu perkembangan *financial technology* yang sedang trend saat ini yang menawarkan manfaat dan kemudahan penggunaan dalam transaksi pembayaran. Dengan demikian mahasiswa akan lebih mudah membelanjakan uangnya. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *e-wallet* mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2022) bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan pengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin sering mahasiswa menggunakan *e-wallet* untuk melakukan pembayaran maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa.

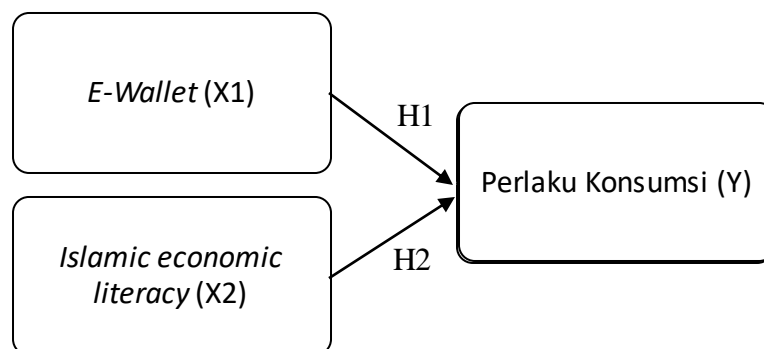
2. Pengaruh *Islamic Economic Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Menurut Bank Indonesia, *Islamic economic literacy/literasi* ekonomi Islam merupakan suatu pengetahuan seseorang terhadap nilai-nilai syariah Islam untuk mempergunakan dan mengelola kekayaannya sebagai upaya menggapai ridha Allah serta kesejahteraan yang seimbang. Menurut Kotler, perilaku konsumsi merupakan studi tentang cara individu,

kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Semakin tinggi tingkat literasi ekonomi Islam maka semakin baik dalam menangani masalah dan menemukan solusi mengenai ekonomi, tingkat literasi ekonomi Islam yang baik akan membuat individu lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang akan dikonsumsi dan memprioritaskan kebutuhan, serta menyesuaikannya dengan kemampuan pembelian agar tidak berlebihan dalam membelanjakan uangnya. Penelitian ini diperkuat oleh Hilgert, et al (2003) dalam Nurul Safura Azizah (2020) menyatakan bahwa orang yang memiliki pengetahuan literasi keuangan yang tinggi kecenderungan memiliki pengaruh mengenai perilaku keuangan seseorang, baik itu bijak sana ataupun buruk terhadap perilaku keuangannya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku perencanaan atau sebuah teori yang dirancang untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku dalam konteks yang spesifik. Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri (kontrol penuh individual), tetapi juga membutuhkan kontrol yaitu ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif *Islamic economic literacy* terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa.

Gambar 2.3 Kerangka Hipotesis



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Data atau bahan informasi adalah fakta yang darinya dapat ditarik kesimpulan dalam kerangka pertanyaan yang diteliti. Data juga dapat diartikan sebagai segala informasi yang digunakan dan diolah untuk kegiatan penelitian sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:³⁵

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Metode yang dapat digunakan dalam proses pengumpulan data primer dapat menggunakan angket/kuesioner, wawancara, observasi, tes, dokumen, dll. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk siap pakai yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen laporan, buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau benda yang dijadikan objek penelitian oleh peneliti. Populasi juga dinyatakan sebagai sekumpulan orang, peristiwa atau benda yang memiliki ciri tertentu dan dijadikan objek penelitian.³⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah

³⁵ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, 1st ed. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015). h.173

³⁶ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. h. 175

Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 (mahasiswa semester 6, 4, dan 2 yang menggunakan *e-wallet* dan sudah mendapatkan *Islamic economic literacy* yang memadai melalui mata kuliah Pengantar Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi Mikro). Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 ini berjumlah 407.

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Penelitian

No.	Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam	Jumlah Mahasiswa
1.	Angkatan 2020 (Semester 6)	100
2.	Angkatan 2021 (Semester 4)	149
3	Angkatan 2022 (Semester 2)	158
Total Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam		407

Sumber: Dokumen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan digunakan untuk kelompok populasi yang diteliti, dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari seluruh populasi. Sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang ditarik oleh beberapa teknik atau metode untuk penelitian dan diperluas ke populasi.³⁷

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sampel yang diambil untuk maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu digunakan sebagai sampel karena peneliti percaya bahwa seseorang atau sesuatu memiliki informasi tertentu yang diperlukan untuk penelitiannya.³⁸ Informasi yang dimaksud adalah:

³⁷ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. h.177

³⁸ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. h. 178

1. Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 yang menggunakan uang *e-wallet* (OVO, Dana, Shopeepay, Go-Pay, Link Aja dan sebagainya).
2. Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 yang telah mengambil mata kuliah Pengantar Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi Mikro.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin/Sloven. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n adalah jumlah sampel yang dicari
- N adalah jumlah populasi
- e adalah margin error yang ditoleransi.³⁹

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

$$n = \frac{407}{1 + (407)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{407}{1 + (407)(0,0025)}$$

$$n = \frac{407}{1 + 1,0175}$$

$$n = \frac{407}{2,0175}$$

$$n = 201,7348 = 202 \text{ (pembulatan ke atas)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan besar sampel minimal dari 407 populasi pada margin of error 5% adalah sebesar 202.

³⁹ Jeffrey J Tejada, Joyce Raymond, and B Punzalan, "On the Misuse of Slovin's Formula," *The Philippine Statistician* 61, no. 1 (2012). h.8.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto, teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁴⁰ Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan studi dokumentasi dalam pengumpulan data dalam pemecahan masalah yang diteliti dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

a) Angket/Kuesioner

Angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyajikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk menjawabnya.⁴¹ Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang berisi pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden dengan alternatif jawaban yang dapat dijawab/dipilih, melalui media internet, yaitu *google form* serta diukur dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁴²

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Berikut tabel skala likert yang digunakan dalam penelitian ini.

⁴⁰ Rida Nur Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020). h.147–154.

⁴¹ Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*.

⁴² Septi Noer Lailela and Rini Suwartika Kusumadiarti, "Pengukuran Kualitas Perangkat Lunak Aplikasi Sisfo_Nilai Di Politeknik Piksi Ganesha Berdasarkan Iso 9126," *Jurnal E-Komtek (Elektro-Komputer-Teknik)* 2, no. 2 (2018). h.84–100.

Tabel 3. 2 Skor Alternatif Jawaban Responden

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b) Studi Kepustakaan

Menurut Syaibani, studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan peneliti dalam menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik cetak maupun elektronik lain.⁴³

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek kajian atau yang dipelajari. Dalam hal ini, variabel adalah simbol yang diberi angka atau nilai. Untuk beberapa tujuan, peneliti akan melibatkan setidaknya dua variabel, variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi terjadinya variabel dependen. Dan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.⁴⁴ Variabel independen dalam penelitian ini adalah *e-wallet* (X1) dan *Islamic economic literacy* (X2). Selanjutnya,

⁴³ Ainul Azizah and Budi Purwoko, "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling," *Jurnal mahasiswa Universitas Negeri Surabaya* 7, no. 2 (2019). h.1–7.

⁴⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, 2nd ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

variabel dependen yang digunakan adalah perilaku konsumsi yang disimbolkan dengan huruf Y.

Definisi operasional variabel adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional variabel memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.⁴⁵

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	<i>E-Wallet</i> (X1)	Segala jenis layanan uang elektronik yang berbentuk server based (<i>e-wallet</i>).	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dipelajari. • Fleksibel. • Mudah digunakan.⁴⁶
2	<i>Islamic Economic Literacy</i> (X2)	<i>Islamic Economic Literacy</i> atau literasi ekonomi Islam bisa didefinisikan sebagai kompetensi individu atau sosial dalam mengidentifikasi masalah, memahami konsep dasar ekonomi Islam, memahami tentang prinsip dan nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi dan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan terhadap istilah Ekonomi Islam. • Pengetahuan terhadap produk halal. • Pengetahuan terhadap pengelolaan keuangan secara syariah. • Kemampuan numerik.

⁴⁵ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian," *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017). h. 62–70.

⁴⁶ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

		menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari demi mencapai kesejahteraan.	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap pada masa depan.⁴⁷
3	Perilaku Konsumsi (Y)	Perilaku konsumsi merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan. • Mengonsumsi barang secara berlebihan. • Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. • Tidak ada skala prioritas.⁴⁸

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang tujuannya untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁴⁹

⁴⁷ Firdiana and Fikriyah, "Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah."

⁴⁸ Afiyah, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa."

⁴⁹ Ali Muhson, "Teknik Analisis Kuantitatif 1 TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF," *Academia* (2006). h.1-7.

3.5.2 Kuantitatif

Dalam menganalisis data pada penelitian dilakukan beberapa tahapan meliputi kegiatan *editing*, *coding*, *scoring*, dan tabulasi.⁵⁰

1. *Editing*

Tahap *editing* merupakan kegiatan mengecek kembali hasil angket penelitian yang telah disebar. Pada dasarnya tahap *editing* data dalam penelitian ini digunakan supaya data yang dianalisis bersifat akurat dan lengkap.

2. *Coding*

Coding merupakan tahap perubahan data kualitatif menjadi angka dilakukan dengan mengkategorikan jawaban berdasarkan hasil penelitian menurut kategori-kategori tertentu (pemberian kode).

3. *Scoring*

Tahap penentuan skor atas jawaban responden dilakukan dengan mengklasifikasikan dan mengkategorikan jawaban berdasarkan tergantung pada anggapan atau opini responden.

4. Tabulasi

Menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan alat bantu statistik yaitu SPSS.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan pada kuesioner untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut. Dalam hal ini, item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dan biasanya berupa pertanyaan/pernyataan

⁵⁰ Asep Firdaus Ikhsan Abdul Aziz, Deden Ahmad Supendi, "Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia," *Prosiding Samasta* (2020). h.29.

yang ditunjukkan kepada responden.⁵¹ Adapun pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode analisis korelasi Pearson dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor totalnya. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung $\geq r$ tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $< r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid atau dengan kata lain soal dibuang atau tidak dilibatkan dalam penelitian.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Oleh karena itu, digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner/apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.⁵² Adapun pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode *Cornbach Alpha* dengan batas 0,7 untuk menentukan apakah kuesioner reliabel atau tidak.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak sehingga uji statistik berjenis parametrik dapat dilakukan.⁵³ Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Lilliefors (*Kolmogorov-Smirnov*) dengan membaca nilai Sig (signifikansi). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga uji statistik nonparametrik harus digunakan. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

⁵¹ Duwi Priyatno, *SPSS Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014). h.64

⁵² Ibid Duwi Priyatno, *SPSS Pengolahan Data Terpraktis*.

⁵³ Siregar and Syofian, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012).

3.6.2.2 Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolenieritas dilihat dari nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) serta besaran korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dikatakan dapat dikatakan bebas multikolenieritas jika mempunyai nilai VIF tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* tidak kurang dari 0,10.⁵⁴

3.5.2.3 Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat melakukan uji glejser.⁵⁵

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebasnya. Perhitungannya menggunakan persamaan:⁵⁶

⁵⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

⁵⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.

⁵⁶ I Made Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda," *Universitas Udayana* (2016). h.18.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y= Perilaku Konsumsi

X= X1: *E-Wallet*

X2: *Islamic Economic Literacy*

α = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2 \dots X_n = 0$)

β = Nilai Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Ada beberapa teknik statistik yang dapat digunakan dalam menganalisis hubungan antara beberapa variabel, salah satunya adalah koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).⁵⁷

3.6.3.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen.⁵⁸ Pengujian uji F dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima.
- Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak.

3.6.3.3 Uji t (Parsial)

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi, dapat menggunakan dua cara, yaitu berdasarkan uji-t dan berdasarkan teknik probabilitas.

⁵⁷ Siregar and Syofian, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*.

⁵⁸ Slamet Santoso, *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS* (Ponorogo: Umpo Press, 2013).

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

1. Kriteria pengujian:

- 1) Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.
- 2) Jika $-t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak

2. Berdasar signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian serta analisis dari skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* Dan *Islamic Economic Literacy* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022)”. Variabel X dalam penelitian ini adalah penggunaan *e-wallet* (X1) dan *Islamic economic literacy* (X2). Sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi.

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Profil Singkat Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang

Program Studi Ekonomi Islam berdiri berdasarkan SK Direktur Jenderal Kelembagaan Islam No. DJ.II/50/05 tentang Izin Penyelenggaraan Jurusan/Program Studi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo. SK tersebut ditandatangani pada tanggal 22 Maret 2005. Kemudian Prodi Ekonomi Islam mengalami perpanjangan izin Penyelenggaraan Prodi pada Tahun 2009, berdasarkan SK Direktur Jenderal Kelembagaan Islam No. DJ.I/484/2009. Pada awal berdirinya, Prodi Ekonomi Islam berada di bawah Fakultas Syariah, kemudian, bersamaan dengan berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2013, Prodi Ekonomi Islam berpindah di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.⁵⁹

4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang

1. Visi

Terdepan dalam pengembangan Ekonomi Islam dan Kewirausahaan Syari’ah berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

2. Misi

⁵⁹ “PROFIL - Program Studi Ekonomi Islam,” <https://ei-febi.walisongo.ac.id/profil/>.

- 1) Menyelenggarakan pendidikan Ilmu Ekonomi Islam dan kewirausahaan syari'ah yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan Ekonomi Islam dan kewirausahaan syari'ah teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi Islam dan Kewirausahaan syari'ah.
- 4) Menggali, mengembangkan, dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang Ekonomi Islam dan kewirausahaan syari'ah.
- 5) Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional, di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
- 6) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

3. Tujuan

- 1) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang Ekonomi Islam dan Kewirausahaan syari'ah dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- 2) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang Ekonomi Islam dan Kewirausahaan syari'ah yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.
- 3) Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai Islam di bidang ekonomi dan kewirausahaan syari'ah.
- 4) Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi Islam dalam kearifan lokal dalam berekonomi.
- 5) Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan

- 6) Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.⁶⁰

4.1.3 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020, 2021, 2022 (semester 6, 4, dan 2) yang menggunakan *e-wallet*, dari total populasi, 202 mahasiswa diambil datanya sebagai responden. Responden memiliki beberapa data karakteristik:

1. Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan/semester menunjukkan tingkatan seorang mahasiswa dalam menempuh pendidikan pada jenjang perkuliahan. Dilihat dari angkatan, responden terdiri dari angkatan 2020, 2021, 2022 yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Frekuensi	Presentase
1	2020	61	30%
2	2021	80	40%
3	2022	61	30%
Jumlah		202	100%

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden terdiri dari angkatan 2020 sebanyak 61 orang (30%), angkatan 2021 sebanyak 80 orang (40%), dan angkatan 2022 sebanyak 61 orang (30%), dengan jumlah keseluruhan sampel sebanyak 202 mahasiswa dari populasi sebanyak 407 mahasiswa. Ke-202 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang menggunakan uang elektronik berjenis *server based/e-wallet* (OVO, Dana, Shopeepay, Go-Pay, Link Aja dan sebagainya) sesuai dengan teknik *purposive sampling*.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri atas laki-laki dan perempuan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

⁶⁰ "PROFIL - Program Studi Ekonomi Islam," <https://ei-febi.walisongo.ac.id/profil/>.

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	79	39%
2	Perempuan	123	61%
Jumlah		202	100%

Tabel di atas menjelaskan bahwa terdapat 202 responden yang terdiri dari mahasiswa laki-laki sebanyak 79 orang (39%) dan perempuan sebanyak 123 orang (61%).

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bagian statistika yang mencakup tentang pengumpulan data, penentuan nilai-nilai statistika, pembuatan diagram atau gambar mengenai suatu data, di sini data disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.⁶¹ Statistik deskriptif adalah bagian dari analisis data guna menggambarkan karakteristik data dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.⁶² Variabel dalam penelitian ini adalah *e-wallet* dan *Islamic Economic Literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Statistik deskriptif yang dipakai adalah minimal, maksimal, mean, dan standard deviasi. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif dengan menggunakan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-Wallet</i>	202	14	50	43,83	8,617

⁶¹ L. M. Nasution, "STATISTIK DESKRIPTIF Leni Masnidar Nasution," *Jurnal Hikma* 14, no. 1 (2017). h.49–55.

⁶² Salma Khoirunnisa Arribat, Imam Yahya, and Ratno Agriyanto, "The Determinants of Firm Value and Financial Performance in Islamic Stocks," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2021). h.9.

<i>Islamic Economic Literacy</i>	202	12	40	35,49	6,647
Perilaku Konsumsi	202	19	70	61,88	12,383
Valid N (listwise)	202				

Sumber data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan penjelasan tabel di atas, jumlah data penelitian disimbolkan dengan (N), jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 202. Tabel di atas menerangkan bahwa semua data yang ada dapat diproses. Hasil analisis deskriptif dalam tabel di atas, variabel *e-wallet* menghasilkan nilai minimal sejumlah 14 dan nilai maksimal sejumlah 50. Nilai rata-rata (mean) variabel *e-wallet* sejumlah 43,83 dengan nilai standard deviasinya sejumlah 8,617. Pada variabel *Islamic economic literacy* menghasilkan nilai minimal 12 dan nilai maksimal 40. Nilai rata-rata (mean) variabel *Islamic economic literacy* sejumlah 35,49 dengan nilai standard deviasinya sejumlah 6,647. Variabel perilaku konsumsi menghasilkan nilai minimal 19 dan nilai maksimal 70. Nilai rata-rata (mean) variabel perilaku konsumsi 61,88 dengan nilai standard deviasinya sejumlah 12,383.

Selanjutnya untuk menggambarkan hasil rentang skala untuk mengetahui bagaimana variabel mempengaruhi perilaku konsumsi dengan rentang skala rendah, sedang, dan tinggi dengan rumus $\frac{MAX-MIN}{Kriteria}$ dan melihat nilai mean.

1. E-Wallet

$$= \frac{50-14}{5} = 7,2$$

No	Kategori	Skor Interval
1	Sangat rendah	$\leq 30,5$
2	Rendah	30,5-39,3

3	Sedang	39,3-48,1
4	Tinggi	48,1-56,8
5	Sangat tinggi	>56,8

Dengan hasil mean 43,83 dapat dilihat bahwa variabel *e-wallet* mempengaruhi tingkat perilaku konsumsi mahasiswa dalam kategori sedang.

2. Islamic Economic Literacy

$$= \frac{40-12}{5} = 5,6$$

No	Kategori	Skor Interval
1	Sangat rendah	$\leq 25,5$
2	Rendah	25,5-32,1
3	Sedang	32,1-38,8
4	Tinggi	38,8-45,4
5	Sangat tinggi	>45,4

Dengan hasil mean 35,49 dapat dilihat bahwa variabel *Islamic economic literacy* mempengaruhi tingkat perilaku konsumsi mahasiswa dalam kategori sedang.

3. Perilaku Konsumsi

$$= \frac{70-19}{5} = 10,2$$

No	Kategori	Skor Interval
1	Sangat rendah	$\leq 43,3$
2	Rendah	43,3-55,6

3	Sedang	55,6-68
4	Tinggi	68-80,4
5	Sangat tinggi	>80,4

Dengan hasil mean 61,88 dapat dilihat bahwa variabel perilaku konsumsi mempengaruhi tingkat perilaku konsumsi mahasiswa dalam kategori sedang.

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahap pengujian yang dilakukan terhadap isi (konten) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:⁶³

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (R hitung)	R tabel	Keterangan
<i>E-Wallet</i>	X1.1	0.855	0.138	Valid
	X1.2	0.866	0.138	Valid
	X1.3	0.862	0.138	Valid
	X1.4	0.878	0.138	Valid
	X1.5	0.861	0.138	Valid
	X1.6	0.883	0.138	Valid
	X1.7	0.830	0.138	Valid

⁶³ Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh, and Naniek Widyastuti, "Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0," *Jarkom* 1, no. 2 (2014). h.177.

	X1.8	0.902	0.138	Valid
	X1.9	0.869	0.138	Valid
	X1.10	0.888	0.138	Valid
<i>Islamic Economic Literacy</i>	X2.1	0.849	0.138	Valid
	X2.2	0.888	0.138	Valid
	X2.3	0.903	0.138	Valid
	X2.4	0.887	0.138	Valid
	X2.5	0.859	0.138	Valid
	X2.6	0.844	0.138	Valid
	X2.7	0.912	0.138	Valid
	X2.8	0.890	0.138	Valid
Perilaku Konsumsi	Y1.1	0.908	0.138	Valid
	Y1.2	0.865	0.138	Valid
	Y1.3	0.891	0.138	Valid
	Y1.4	0.891	0.138	Valid
	Y1.5	0.902	0.138	Valid
	Y1.6	0.910	0.138	Valid
	Y1.7	0.868	0.138	Valid
	Y1.8	0.924	0.138	Valid
	Y1.9	0.891	0.138	Valid
	Y1.10	0.887	0.138	Valid
	Y1.11	0.901	0.138	Valid
	Y1.12	0.869	0.138	Valid
	Y1.13	0.896	0.138	Valid
	Y1.14	0.880	0.138	Valid

Sumber data primer yang diolah (2023)

Pada tabel 4.4 hasil perhitungan menunjukkan bahwa syarat minimal kuesioner dapat dikatakan valid dengan ketentuan r hitung harus lebih besar dari r tabel = 0,138, dapat dipenuhi. Karena r hitung lebih besar dari r tabel, hasil dari seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika

diujikan berulang pada sampel yang berbeda.⁶⁴ Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabilitas suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Menurut Ghazali, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.⁶⁵

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>E-Wallet</i>	0.964	Reliabel
<i>Islamic Economic Literacy</i>	0.958	Reliabel
Perilaku Konsumsi	0.980	Reliabel

Sumber data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diambil kesimpulan jika semua poin kuesioner dalam penelitian ini reliabel, karena nilai Cronbach Alpha Koefisien (α) minimum yaitu > 0,7 dapat dicapai:

1. Cronbach Alpha Koefisien (α) dari variabel *e-wallet* adalah 0,973.
2. Cronbach Alpha Koefisien (α) dari variabel *Islamic economic literacy* adalah 0,965.
3. Cronbach Alpha Koefisien (α) dari variabel perilaku konsumsi adalah 0,981.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha Koefisien lebih dari 0,7.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik sebagai suatu pengujian untuk mengetahui apakah ada penyelewengan pada suatu riset atau tidak. Model regresi akan dinyatakan baik dan

⁶⁴ Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh, and Naniek Widyastuti, "Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0," h.178

⁶⁵ Bagus Nurcahyo and Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktivitas Word of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Prodddukk Fashion," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018). h.18.

dapat dilakukan apabila memenuhi uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.⁶⁶ Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup beberapa tes yakni tes normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Dan penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik, sebagai berikut:

4.4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi secara normal atau tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji *statistic Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05.⁶⁷

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		202
Normal Parameters ^{ab}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.11428862
	Absolute	.073
Most Extreme Differences	Positive	.044
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.226

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

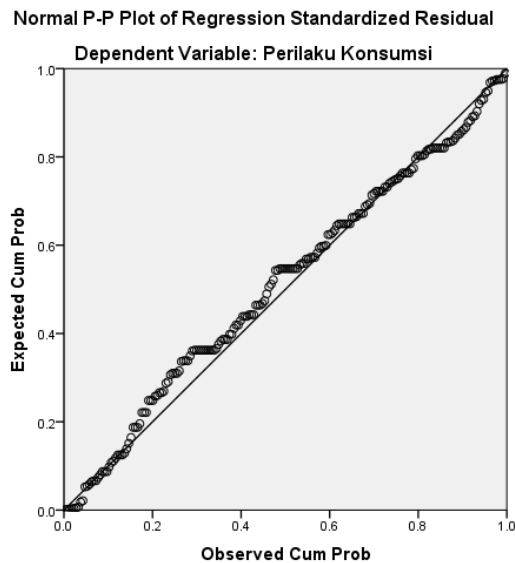
Sumber data primer yang diolah (2023)

Sesuai pada tabel 4.6, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang didapat sebesar 0,226 (>0,05) maka berkesimpulan data berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

⁶⁶ Noor Farieda Awwaliyah, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, "The Effect of Regional Original Income and Regional Financial Performance on Economic Growth in North Sumatera Regency," *International Journal of Advances in Social and Economics* 2, no. 2 (2019): 25–46.

⁶⁷ Nurcahyo and Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktivitas Word of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Proddduk Fashion." h.19.

Gambar 1. 3 Hasil Normal P-P Plot



Sumber data primer yang diolah (2023)

Dari hasil tabel normal P-P Plot of Regression Standarized Residual diketahui bahwa sebaran data menyebar dan mengikuti garis diagonal, maka berkesimpulan data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah alat uji model regresi yang bertujuan untuk menemukan adanya korelasi antara variabel-variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance. Kriteria yang digunakan adalah:⁶⁸

1. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
2. Jika nilai Tolerance ≥ 0.100 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

⁶⁸ Echo K. Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22, Lab Kom Manajemen Fe Ubb*, 1st ed. (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016). h.47.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000		
	E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000	.108	9.301
	Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000	.108	9.301

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi
Sumber data primer yang diolah (2023)

Pada tabel 4.7 dinyatakan nilai toleransi dan nilai VIF adalah sebagai berikut:

1. *E-wallet* memiliki nilai tolerance 0,108 dan nilai VIF sebesar 9,301.
2. *Islamic economic literacy* memiliki nilai tolerance 0,108 dan nilai VIF sebesar 9,301.

Pada penelitian ini, variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari (>0,100) dan VIF kurang dari (<10,00), maka berkesimpulan bahwa asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji model regresi yang bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁶⁹

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Glejser yaitu dengan meregresikan variabel-variabel independen. Apabila nilai signifikansinya < 0,05 maka data memiliki gejala heteroskedastisitas. Begitupula jika nilai signifikansinya

⁶⁹ Echo K. Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. h.49.

> 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.525	.514		4.912	.000
E-Wallet	.003	.033	.018	.084	.933
Islamic Economic Literacy	-.029	.043	-.142	-.663	.508

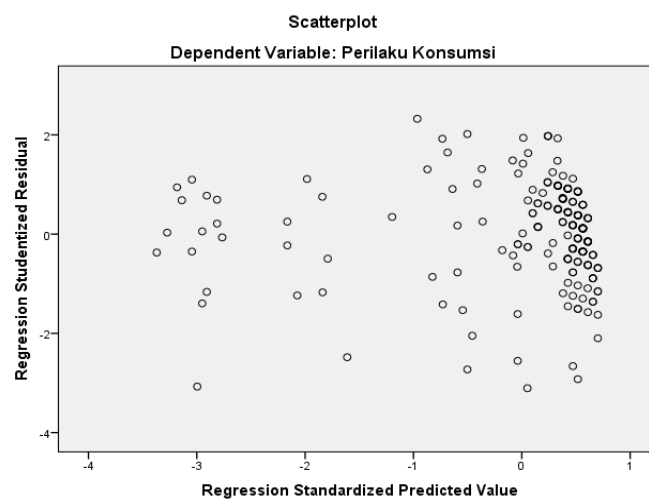
a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data primer yang diolah (2023)

1. Variabel *e-wallet* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,933 (>0,05).
2. Variabel *Islamic economic literacy* memiliki nilai signifikansi 0,508 (>0,05).

Variabel independen pada penelitian ini nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka berkesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau asumsi uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

Gambar 1. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan output Scatterplot tidak ada pola yang jelas dan sebaran data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heteroskedasitas atau asumsi uji heteroskedasitas sudah terpenuhi.

4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000
	E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000
	Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9, hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = -2,925 + 0,558 X_1 + 1,137 X_2$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumsi

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *E-Wallet*

β_2 = Koefisien regresi variabel *Islamic Economic Literacy*

X_1 = *E-Wallet*

X_2 = *Islamic Economic Literacy*

1. Nilai konstanta yang didapat sebesar -2,925, maka memiliki arti bahwa apabila variabel *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* nilai konstantanya diasumsikan bernilai nol (0) maka nilai perilaku konsumsi mengalami penurunan sejumlah 2,925.
2. Nilai koefisien regresi variabel *e-wallet* bernilai positif sebesar 0,558 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1 variabel *e-wallet* akan menyebabkan kenaikan pada perilaku konsumsi sebesar 0,558.
3. Nilai koefisien regresi variabel *Islamic economic literacy* bernilai positif sebesar 1,137 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1 variabel *Islamic economic literacy* akan menyebabkan kenaikan pada perilaku konsumsi sebesar 1,137.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol sampai satu (0-1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.⁷⁰

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.971	.971	2.125

a. Predictors: (Constant), Islamic Economic Literacy, E-Wallet

Sumber data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Ajusted R Square* sebesar 0,971, maka memiliki arti bahwa variabel *e-walet* dan *Islamic economic literacy* memberikan

⁷⁰ Rita Martini et al., "Jurnal Riset Terapan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya," *JRTA* 2, no. 2 (2018). h.106.

pengaruh secara bersama-sama sebesar 97,1% terhadap perilaku konsumsi dan sisanya 2,9% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

3.6.2 Uji F (Simultan)

Uji-F digunakan untuk memilih antara model persegi paling mini atau metode efek tetap.⁷¹ Uji Statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.⁷²

Tabel 4. 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29924.635	2	14962.318	3313.808	.000 ^b
	Residual	898.513	199	4.515		
	Total	30823.149	201			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Islamic Economic Literacy, E-Wallet

Sumber data primer yang diolah (2023)

Hasil Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) dengan F-hitung 3313,808 dan F-tabel 3,04, maka t-hitung 3313,808 > t-tabel 3,04. Maka berkeismpulan bahwa variabel *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel perilaku konsumsi.

4.6.3 Uji t (Parsial)

Uji parsial (uji t) mempunyai tujuan untuk ketahui dampak faktor mandiri pada faktor dependen secara parsial. Uji t ini sebagai bahan pemikiran apakah suatu riset akan diterima atau ditolak. Untuk ketahui bagaimana dampak antara faktor riset, berikut persyaratan pengetesannya:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau t hitung \geq t tabel, maka bisa dipastikan jika ada dampak di antara faktor mandiri pada faktor dependennya.

⁷¹ Siti Komariyah, Firdha Rahmiyanti, and Nurul Hadi Manan, "Does Financial Performance and Company Age Affect the Rating Islamic Bond?," *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 4, no. 1 (2022): 51–66.

⁷² Martini et al., "Jurnal Riset Terapan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya." h.106.

2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau t hitung $\leq t$ tabel, maka bisa dipastikan jika tidak ada dampak di antara faktor mandiri pada faktor dependennya.

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000
	E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000
	Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber data primer yang diolah (2023)

1. Variabel *e-wallet* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan t-hitung 10,519 dan t-tabel 1,971, maka t-hitung 10,519 $>$ t-tabel 1,971. Sehingga Hipotesis pertama **diterima** oleh temuan ini, karena variabel *e-wallet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi.
2. Variabel *Islamic economic literacy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan t-hitung 16,534 dan t-tabel 1,971, maka t-hitung 16,534 $>$ t-tabel 1,971. Sehingga Hipotesis pertama **diterima** oleh temuan ini, karena variabel *Islamic economic literacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi.

4.7 Pembahasan dan Hasil

4.7.1 Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Technology Acceptance Model digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan sistem informasi dengan menggunakan pendekatan perilaku untuk mengkaji proses penerimaan suatu teknologi informasi.⁷³ Pada penelitian ini TAM digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap

⁷³ Pernanda, Aswan, and Balele, “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, Dan Cashback, Terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet.”

perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020-2022 melalui.

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan, bahwa *e-wallet* berpengaruh positif dengan nilai signifikan 0,000 ($< 0,05$). Variabel *e-wallet* memiliki t-hitung 10,519 dan t-tabel 1,971, maka t-hitung $10,519 > t\text{-tabel } 1,971$ Hipotesis pertama **diterima** berdasarkan temuan tersebut, maka variabel *e-wallet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Artinya, jika penggunaan *e-wallet* ditingkatkan maka perilaku konsumsi akan meningkat. Hal ini karena *e-wallet* merupakan salah satu perkembangan *financial technology* yang sedang trend saat ini yang dapat memberikan manfaat yang memudahkan pemiliknya dalam hal pembayaran, namun kemudahan ini sering kali membuat pemiliknya terlena dan menjadi salah satu faktor perilaku konsumsi yang berlebihan.

Hasil analisis yang telah dilakukan sebagian besar mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 menjawab pada pertanyaan kuesioner tertutup bahwa mereka setuju bahwa penggunaan *e-wallet* sangat memudahkan dalam transaksi karena dengan menggunakan *e-wallet* mereka dapat bertransaksi kapan saja dan tidak perlu menunggu atau menerima uang kembalian sehingga lebih praktis, serta *e-wallet* mudah digunakan dan dapat dibawa ke mana saja. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *e-wallet* mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusdi Hamka Lubis (2022), mengenai Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan dompet digital dengan budaya konsumtif masyarakat di Kota Tangerang adalah sebesar 6,36%.⁷⁴

⁷⁴ Lubis, "Penggunaan Dompot Digital Dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi."

4.7.2 Pengaruh *Islamic Economic Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Theory of Planned Behavior adalah kerangka berpikir untuk mengetahui determinan dari suatu perilaku. Dengan kata lain, teori ini berusaha menjelaskan alasan seseorang melakukan sesuatu.⁷⁵ Pada penelitian ini, literasi ekonomi Islam (*Islamic economic literacy*) akan memprediksi perilaku konsumsi mahasiswa melalui penggunaan *e-wallet*.

Literasi pada diri seseorang dapat menjadikan individu tersebut pandai mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan atau tujuan yang ingin dicapai dan literasi ekonomi berperan sangat penting dalam membuka pengetahuan tentang biaya atau manfaat suatu barang dalam kegiatan ekonomi yang sedang dialami.⁷⁶ Seseorang dapat dikatakan “literate” dalam ekonomi Islam apabila ia mampu; membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang kemudian terkejawantahkan dalam kehidupan berekonominya.

Variabel *Islamic economic literacy* berpengaruh positif dengan nilai signifikan 0,000 (< 0,05). Dengan t-hitung 16,534 dan t-tabel 1,971, maka t-hitung 16,534 > t-tabel 1,971. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua **diterima** karena variabel *Islamic economic literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Hasil penelitian ini selinear dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Cinta Ayu Marlika (2019), mengenai Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam sebesar 52,5% terhadap, sedangkan sisanya 47,5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel literasi ekonomi Islam.⁷⁷

⁷⁵ Sustiyo, “Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?”

⁷⁶ Efendi, Indartono, and Sukidjo, “The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers.”

⁷⁷ Marlika, “Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.”

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan berikut dapat ditarik kesimpulan berdasarkan penjelasan peneliti dan analisis data, terutama membahas pengaruh penggunaan *e-wallet* dan *Islamic economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yaitu:

1. Variabel *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan hasil uji t-hitung 10,519 dan t-tabel 1,971, maka $t\text{-hitung } 10,519 > t\text{-tabel } 1,971$ dan memiliki taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis diterima.
2. Variabel *Islamic economic literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan hasil uji t-hitung 16,534 dan t-tabel 1,971, maka $t\text{-hitung } 16,534 > t\text{-tabel } 1,971$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 maka saran yang dapat diberikan penesliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa disarankan untuk tetap mengontrol perilaku konsumsi agar tidak terjebak dalam perilaku konsumsi yang berlebihan. Cara yang dapat dilakukan adalah bijak dalam menggunakan *e-wallet*, dan memperkuat kontrol diri dalam diri sehingga dapat mengontrol dan mengendalikan perilaku konsumsi salah satunya melalui peningkatan *Islamic economic literacy*.
2. Bagi institusi terkait, disarankan agar lebih meningkatkan edukasi mengenai literasi ekonomi Islam baik melalui materi di dalam kelas maupun seminar, workshop dan gerakan yang dapat memicu mahasiswa untuk memahami dan menerapkan pentingnya literasi ekonomi Islam.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti *e-wallet*, *debit card*, *pay later*, dll yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu ruang lingkup dari penelitian

diperluas lagi sehingga pengambilan sampel dapat lebih beragam dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Rida Nur. "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Kaos GL Dergisi* 8, no. 75 (2020): 147–154.
- Akrom, Abdul Hayyi. "Memaknai Aktifitas Membaca Sebagai Jalan Ilmu Dalam Islam (Studi Kandungan Surat Al-Alaq Ayat 1-5)." *Jurnal Penelitian Tarbawi: Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial* 7, no. 1 (2022): 26–33.
- Annur, Cindy Mutia. "Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-Money Untuk Bertransaksi." *Katadata.Co.Id*. Accessed March 16, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>.
- Arribat, Salma Khoirunnisa, Imam Yahya, and Ratno Agriyanto. "The Determinants of Firm Value and Financial Performance in Islamic Stocks." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2021): 1.
- Awwaliyah, Noor Farieda, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida. "The Effect of Regional Original Income and Regional Financial Performance on Economic Growth in North Sumatera Regency." *International Journal of Advances in Social and Economics* 2, no. 2 (2019): 25–46.
- Azizah, Ainul, and Budi Purwoko. "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling." *Jurnal mahasiswa Universitas Negeri Surabaya* 7, no. 2 (2019): 1–7.
- Azizah, Nurul. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial." *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* Volume 01 (2020): 92–101.
- Azwan, Ahmad, Meor Hashim, Muhammad Ridhwan, Ab Aziz, Faculty Economics, Universiti Sains, and Bandar Baru Nilai. "Analyzing Factors Influencing E-Wallet Adoption Using UTAUT2 Model: A Literature Review." *Islamic Banking, Accounting and Finance International Conference (iBAF) 2022* (2022): 202–211.
- Daliyah, Rofiqoh, and Finisica Dwijayati Patrikha. "Analisis Perilaku Konsumsi

- Pengguna Aplikasi E-Money Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020).
- Efendi, Riyanto, Setyabudi Indartono, and Sukidjo Sukidjo. “The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers.” *International Journal of Economics and Financial Issues* 9, no. 3 (2019): 98–104.
- Fahlevi, Pahri, Athanasia Octaviani, and Puspita Dewi. “Analisis Aplikasi IJATENG Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM).” *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 08 (2017).
- Fauroni, Lukman. “Tafsir Ayat-Ayat Tentang Konsumsi (Aplikasi Tafsir Ekonomi Al-Qur’an).” *Millah* 8, no. 1 (2008): 122–144.
- Filona, and Misdiyono. “Factors Affecting the Adoption of Electronic Money Using Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior.” *Journal of Business Economics* 24, no. 1 (2019): 100–113.
- Firdiana, Erika, and Khusnul Fikriyah. “Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 2015 (2021): 99–109.
- Fitriyani, Nur, Prasetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang.” *Jurnal Psikoloigi Undip* 12 (2013).
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Edited by Badrul Munir. 1st ed. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ikhsan Abdul Aziz, Deden Ahmad Supendi, Asep Firdaus. “Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia.” *Prosiding Samasta* (2020): 29.
- K. Perdana, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. Lab Kom Manajemen Fe*

Ubb. 1st ed. Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016.

Komariyah, Siti, Firdha Rahmiyanti, and Nurul Hadi Manan. "Does Financial Performance and Company Age Affect the Rating Islamic Bond?" *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 4, no. 1 (2022): 51–66.

Lailela, Septi Noer, and Rini Suwartika Kusumadiarti. "Pengukuran Kualitas Perangkat Lunak Aplikasi Sisfo_Nilai Di Politeknik Piksi Ganesha Berdasarkan Iso 9126." *Jurnal E-Komtek (Elektro-Komputer-Teknik)* 2, no. 2 (2018): 84–100.

Lubis, Rusdi Hamka. "Penggunaan Dompot Digital Dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi." *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 1–10.

Manisih, Susiana. "Urgensi Literasi Ekonomi Islam Pada Generasi Muda Muslim." *Dialog* 38, no. 2 (2015): 203–210.

Marlika, Cinta Ayu. "Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *Universitas Alaudin* (2019): h. 20.

Martini, Rita, Politeknik Negeri Sriwijaya, Memed Sueb, Universitas Padjajaran, Nuzulul Hidayat, Universitas Persada Indonesia, Lukluk Fuadah, et al. "Jurnal Riset Terapan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya." *JRTA* 2, no. 2 (2018): 106.

Maulidina, Yuriza, and Tri Kurniawati. "The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior." *Economic Education Analysis Journal* 11, no. 2 (2022): 191–200.

Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. 2nd ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Muhson, Ali. "Teknik Analisis Kuantitatif 1 TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF." *Academia* (2006): 1–7.

- Murniatiningsih, Endah. “Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri Di Surabaya Barat.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 5, no. 1 (2017): 12–26.
- Nainggolan, Hermin. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–826.
- Nasution, L. M. “STATISTIK DESKRIPTIF Leni Masnidar Nasution.” *Jurnal Hikma* 14, no. 1 (2017): 49–55.
- Nurchahyo, Bagus, and Riskayanto. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktivitas Word of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Prodddukk Fashion.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): 78–87.
- Pernanda, Teguh, Andi Aswan, and Bintang Balele. “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, Dan Cashback, Terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet” 1, no. 2 (2021): 122–135.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Puspitasari, Tarisa Hayu. “Cashless in Gen Z.” *Kompasiana.Com*. Accessed March 16, 2023. <https://www.kompasiana.com/tarisahayupuspitasari2555/63c403fb59008b76843f8423/cashless-society-in-gen-z>
- Putra, Zahreza Fajar Setiara, Mohammad Sholeh, and Naniek Widyastuti. “Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0.” *Jarkom* 1, no. 2 (2014): 177.
- Ramadani, Laila. “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8, no. 1 (2016): 1–8.
- Ridha, Nikmatur. “Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma

- Penelitian.” *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017): 62–70.
- Santoso, Slamet. *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press, 2013.
- Sari, Andika Nikita, Sri Umi Mintarti, and Sugeng Hadi Utomo. “Penggunaan E-Wallet Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan* 5, no. 12 (2020): 1860.
- Siregar, and Syofian. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Suharyono. “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Al-Intaj* 1, no. 1 (2018): 1–8.
- Suryani, and Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. 1st ed. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015.
- Sustiyo, Joko. “Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?” *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam* 5, no. 1 (2020): 25–34.
- Tanjung, Hendri, and Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Edited by Paskalina Oktavianawati. 2nd ed. Bekasi: Gramata Publishing, 2018.
- Tejada, Jeffrey J, Joyce Raymond, and B Punzalan. “On the Misuse of Slovin’s Formula.” *The Philippine Statistician* 61, no. 1 (2012): 8.
- Yuliara, I Made. “Modul Regresi Linier Berganda.” *Universitas Udayana* (2016): 18.
- “PROFIL - Program Studi Ekonomi Islam.” <https://ei-febi.walisongo.ac.id/profil/>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Data Responden

KUESIONER PRA-PENELITIAN

1. Data

Nama :

Angkatan :

2. Dimohon untuk para mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 pengguna *e-wallet* untuk memberikan pendapat dengan mengisi penilaian 1-5 dengan kategori sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

NO.	PERTANYAAN					
		1	2	3	4	5
1	Apakah anda mengetahui layanan <i>e-wallet</i> ?					
2	Apakah anda menggunakan layanan <i>e-wallet</i> ?					
3	Apakah layanan <i>e-wallet</i> memudahkan anda dalam melakukan transaksi/pembayaran?					
4	Apakah anda pernah membeli sebuah produk yang anda inginkan walaupun sebenarnya anda tidak terlalu membutuhkannya?					
5	Apakah selama kuliah anda mendapatkan pengetahuan tentang Ekonomi Islam?					

KUESIONER PENELITIAN

1. Data Responden

Nama :

Angkatan :

2. Petunjuk Pengisian

Dimohon untuk para mahasiswa Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 pengguna *e-wallet* untuk memberikan pendapat dengan mengisi penilaian 1-5 dengan kategori sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel *E-Wallet* (X1)

NO.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
Mudah Dipelajari						
1	<i>E-wallet</i> mempunyai fitur yang mudah saya pelajari					
2	Sistem kerja <i>e-wallet</i> mudah saya mengerti					
3	<i>E-wallet</i> memiliki fasilitas yang saya butuhkan					
Fleksibel						
1	Dengan menggunakan <i>e-wallet</i> , saya dapat bertransaksi kapan saja					
2	Penggunaan <i>e-wallet</i> membuat saya tidak perlu menunggu atau menerima uang kembalian					
3	Pengisian saldo <i>e-wallet</i> mudah dilakukan dimana saja					
4	Sudah banyak outlet yang menerima transaksi dengan <i>e-wallet</i>					
Mudah Digunakan						
1	<i>E-wallet</i> mudah dibawa kemana saja					
2	Menggunakan <i>e-wallet</i> tidak membutuhkan banyak usaha					
3	Mengoperasikan <i>e-wallet</i> sangatlah mudah					

Variabel *Islamic Economic Literacy* (X2)

NO.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
Pengetahuan Terhadap Istilah Ekonomi Islam						
1	Sistem ekonomi Islam berbeda dengan sistem ekonomi konvensional					
2	Al-qur'an, hadits, ijma, ijtihad dan qiyas merupakan dasar hukum ekonomi Islam					

3	Ekonomi Islam bertujuan untuk mengatur kegiatan ekonomi guna mencapai derajat kehidupan yang layak bagi seluruh masyarakat					
Pengetahuan Terhadap Produk Halal						
1	Saya sangat memperhatikan aspek kehalalan produk yang saya beli					
Pengetahuan Terhadap Pengelolaan Keuangan Secara Syariah						
1	Saya mengetahui dan memahami tentang zakat, infaq dan sedekah					
2	Saya selalu mempertimbangkan segala sesuatu yang hendak saya beli					
Kemampuan Numerik						
1	Saya selalu membuat anggaran mingguan atau bulanan					
Sikap Pada Masa Depan						
1	Saya selalu menyisihkan minimal 10% dari penghasilan bulanan/uang saku, untuk persiapan masa mendatang					

Perilaku Konsumsi (Y)

NO.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
Tidak Mempertimbangkan Fungsi/Kegunaan						
1	Saya membeli produk yang disukai banyak orang					
2	Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan					
3	Saya memiliki merek produk favorit yang harus saya beli kapan saja					
4	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun harganya mahal					
Mengonsumsi Barang Secara Berlebihan						
1	Saya membeli produk baru meskipun yang lama masih digunakan					
2	Saya membeli beberapa barang tanpa ragu saat saya menyukainya					
3	Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount					
4	Saya memiliki kepuasan tersendiri ketika membeli barang dengan jumlah yang banyak					
Mendahulukan Keinginan Daripada Kebutuhan						

1	Saya suka melakukan pembelian karena keinginan sesaat					
2	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun bukan yang saya butuhkan					
3	Saya membelanjakan uang lebih banyak untuk barang yang saya suka					
4	Saya suka membeli barang yang sebenarnya kurang bermanfaat					
Tidak Ada Skala Prioritas						
1	Saya suka membeli barang secara spontan					
2	Saya suka membeli barang dibanyak toko sekaligus					

Lampiran 2
Tabulasi Data

E-Wallet (X1)

RESPONDEN	VARIABEL X1										TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
5	4	3	5	3	4	3	3	4	4	4	37
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
8	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	46
9	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	3	3	5	4	5	4	3	4	3	38
13	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
14	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
15	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	37
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
17	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	25
18	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48

21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	2	3	1	2	2	3	1	2	2	1	19
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
25	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
26	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
29	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	14
30	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
31	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
36	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
38	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
41	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
42	5	4	5	4	5	4	4	3	3	5	42
43	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
44	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
45	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
46	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
48	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	37
49	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
50	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
52	1	1	2	2	3	1	3	1	2	1	17
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
54	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	44
55	1	3	2	2	3	1	2	1	2	2	19
56	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	44
57	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	42
58	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
59	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
60	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
61	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48

62	3	3	5	3	5	5	5	5	3	3	40
63	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
66	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
69	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
70	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
71	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
72	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	24
73	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	44
74	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
75	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
76	4	3	2	4	3	2	2	3	3	4	30
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
79	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	41
80	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	46
81	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	19
82	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
83	3	5	3	5	3	4	5	4	3	3	38
84	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
85	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
86	2	3	1	3	2	1	3	2	2	3	22
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
89	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
90	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
91	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
93	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
94	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
95	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	22
96	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
99	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
100	1	2	3	1	3	2	2	2	3	1	20
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
102	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

103	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
104	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	26
105	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
106	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
107	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
108	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
109	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	32
110	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
111	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
112	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
113	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
114	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
115	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	17
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
117	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	39
118	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
119	2	1	2	2	3	2	2	1	3	1	19
120	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
121	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
122	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
123	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	35
124	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
125	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
126	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
127	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	18
128	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
129	5	3	5	3	5	5	5	3	3	5	42
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
131	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
132	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	37
133	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
134	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
135	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
136	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
137	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
138	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	47
139	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
140	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	39
141	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
142	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
143	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49

144	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
145	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
146	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
147	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	24
148	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	41
149	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
150	5	3	5	5	3	5	5	3	5	3	42
151	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	24
152	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	44
153	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	42
154	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
156	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
157	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	45
158	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
160	3	2	2	1	1	2	3	3	1	2	20
161	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
162	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
163	2	2	3	2	4	4	3	2	2	3	27
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
165	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
166	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
167	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	42
168	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
169	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	44
170	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
171	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	40
172	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	16
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
174	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
175	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	38
176	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	45
177	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
178	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	44
179	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46
180	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
182	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	45
183	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
184	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	45

185	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
186	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
187	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
188	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
189	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	39
190	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
191	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
192	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	16
193	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
194	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
195	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	44
196	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
197	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
198	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
199	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
200	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	44
201	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
202	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	38

Islamic Economic Literacy (X2)

VARIABEL X2								
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	4	5	4	5	5	4	3	34
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	4	5	5	5	4	5	36
3	3	3	4	3	4	3	3	26
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	4	3	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	4	5	5	5	5	5	4	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	2	3	4	4	2	3	3	25

4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
1	3	2	2	3	3	2	2	18
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	5	39
2	2	1	2	1	2	2	3	15
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	5	5	4	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	4	4	3	4	3	31
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	5	4	5	5	5	4	37
3	3	4	4	5	3	4	4	30
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
2	3	1	2	2	2	3	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	4	4	4	4	5	31
2	3	3	1	2	1	1	2	15
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	3	3	4	4	5	4	31
4	4	5	5	5	5	5	5	38

4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	4	38
5	5	5	5	5	4	4	5	38
3	5	5	5	5	5	5	5	38
5	4	4	4	3	4	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	3	5	5	33
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	4	5	5	4	36
2	2	3	4	3	3	2	3	22
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	5	5	4	4	5	5	5	37
3	2	2	3	4	2	2	3	21
5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	4	4	4	4	5	4	3	31
5	4	5	4	3	4	4	4	33
5	5	4	5	5	5	5	4	38
2	2	1	1	2	3	2	1	14
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
2	2	2	2	3	2	1	1	15
4	5	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	4	5	5	5	5	5	4	37
4	5	5	5	5	4	5	5	38
3	3	4	3	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	1	2	2	2	2	2	1	15
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	4	4	5	36
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	4	38

2	3	2	2	2	3	1	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	4	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
3	2	3	2	3	3	3	3	22
4	5	5	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	5	5	4	5	5	4	5	38
3	3	3	2	4	3	2	4	24
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	5	5	4	5	5	5	4	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	5	5	5	4	5	5	38
2	3	2	1	3	1	3	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	5	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	1	2	1	2	2	3	15
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	4	4	5	4	3	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	4	5	5	5	38
2	1	2	1	1	2	2	1	12
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	3	4	5	3	3	5	32
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	4	4	3	4	3	4	4	30

5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	4	4	5	5	38
2	3	4	3	3	2	2	3	22
3	5	4	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	5	3	5	3	5	5	5	36
3	3	4	4	3	4	2	3	26
5	4	5	3	5	4	5	5	36
5	5	5	3	5	5	3	5	36
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	4	5	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	5	5	39
2	2	2	3	1	1	3	3	17
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	2	3	4	4	3	2	3	24
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	5	4	5	4	5	4	5	37
5	5	4	5	4	4	5	5	37
5	5	4	5	5	4	4	3	35
5	5	5	4	5	4	4	5	37
3	4	4	5	4	4	4	3	31
3	2	1	1	2	3	1	2	15
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	4	4	5	37
4	4	3	3	4	4	3	3	28
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	5	5	5	5	39

5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	4	4	3	3	5	4	31
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	4	4	5	5	38
3	1	2	2	3	3	2	1	17
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	4	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	3	4	4	5	4	4	3	31

Perilaku Konsumsi (Y)

VARIABEL Y														
Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 10	Y. 11	Y. 12	Y. 13	Y. 14	TOTAL
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	65
4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	56
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	66
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	64
3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	48
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	67
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
4	3	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	69
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	66

5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	66
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	67
2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2	37
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	67
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	69
1	1	3	1	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	2	28
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	66
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	22
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	68
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	68
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	68
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	50
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	64
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	68
2	1	2	3	1	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	26
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	68
4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	59
2	3	2	2	1	2	3	1	1	2	2	3	1	2	2	27

5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	68
4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	66
5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	53
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	69
5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	64
2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	35
4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	56
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
2	4	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	69
4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	4	4	52
5	4	5	4	4	3	5	3	5	3	4	5	4	4	4	58
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68
1	2	1	3	1	1	3	2	2	3	1	2	1	2	2	25
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	64
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	66
3	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	3	3	1	1	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	67
5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	69
2	1	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	1	2	2	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	68

5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	64	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	69	
1	3	3	1	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	29	
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	68	
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	68	
2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	34	
4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	62	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68	
5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	64	
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	69	
3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	4	2	3	37	
5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	64	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	65	
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	23	
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	66	
4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	60	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68	
2	1	1	2	3	1	2	1	1	2	2	2	1	3	24	
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	66	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	66	
4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	50	
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	69	
2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	20	
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	64	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69	
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	52	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	66	
4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	59

5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	57
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	67
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	67
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	67
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	67
3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	36
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	65
4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	67
5	3	5	5	3	4	3	5	5	5	3	5	5	5	61
3	3	3	4	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	39
5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	62
3	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	3	5	61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	67
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	68
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	62
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	68
1	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	28
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	68
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
2	4	3	3	2	2	4	3	2	4	3	3	2	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	69
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	68
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	65
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	64
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	66
4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	58
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	67
4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	55
2	3	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	3	25
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	68
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	64
5	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	4	3	4	55
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	64
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	68

4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	65
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	66
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	67
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	68
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	68
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	67
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	62
4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	56
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	19
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	65
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	66
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	64
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	67
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	69
4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	62
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	67
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	67
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	68
5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	57

Lampiran 3

Hasil Output SPSS

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive = X1, X2, Y

Statistics = Min, Max, Mean, Std. Deviation

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
--	---	---------	---------	------	----------------

E-Wallet	202	14.00	50.00	43.8317	8.61743
Islamic Economic Literacy	202	12.00	40.00	35.4950	6.64767
Perilaku Konsumsi	202	19.00	70.00	61.8812	12.38342
Valid N (listwise)	202				

Hasil Uji Validitas

Variabel *E-Wallet* (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	E-Wallet
X1.1	Pearson Correlation	1	.690*	.756*	.754*	.687*	.713*	.700*	.709*	.709*	.731**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X1.2	Pearson Correlation	.690*	1	.679*	.782*	.722*	.704*	.654*	.783*	.725*	.779**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X1.3	Pearson Correlation	.756*	.679*	1	.706*	.752*	.739*	.697*	.738*	.702*	.739**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X1.4	Pearson Correlation	.754*	.782*	.706*	1	.692*	.757*	.684*	.768*	.726*	.763**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X1.5	Pearson Correlation	.687*	.722*	.752*	.692*	1	.714*	.691*	.742*	.749*	.745**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202

X1.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.713*	.704*	.739*	.757*	.714*	1	.715*	.822*	.767*	.739**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X1.7	Pearson Correlation	.700*	.654*	.697*	.684*	.691*	.715*	1	.724*	.668*	.695**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.709*	.783*	.738*	.768*	.742*	.822*	.724*	1	.763*	.772**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1.8	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.709*	.725*	.702*	.726*	.749*	.767*	.668*	.763*	1	.745**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.731*	.779*	.739*	.763*	.745*	.739*	.695*	.772*	.745*	1	.888**
X1.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.855*	.866*	.862*	.878*	.861*	.883*	.830*	.902*	.869*	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
E-Wallet	Pearson Correlation	.855*	.866*	.862*	.878*	.861*	.883*	.830*	.902*	.869*	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.855*	.866*	.862*	.878*	.861*	.883*	.830*	.902*	.869*	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	

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

Variabel Islamic Economic Literacy (X2)

		Correlations								Islamic Economic Literacy
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
X2.1	Pearson Correlation	1	.733**	.745**	.716**	.683**	.633**	.732**	.743**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.2	Pearson Correlation	.733**	1	.770**	.736**	.704**	.715**	.794**	.791**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.3	Pearson Correlation	.745**	.770**	1	.777**	.777**	.728**	.795**	.756**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.4	Pearson Correlation	.716**	.736**	.777**	1	.718**	.716**	.804**	.760**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.5	Pearson Correlation	.683**	.704**	.777**	.718**	1	.704**	.738**	.732**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.6	Pearson Correlation	.633**	.715**	.728**	.716**	.704**	1	.754**	.692**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
X2.7	Pearson Correlation	.732**	.794**	.795**	.804**	.738**	.754**	1	.788**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

X2.8	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.743**	.791**	.756**	.760**	.732**	.692**	.788**	1					.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000					.000
Islamic Economic Literacy	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Pearson Correlation	.849**	.888**	.903**	.887**	.859**	.844**	.912**	.890**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000				
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202

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

Perilaku Konsumsi (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Perilaku Konsumsi
Y.1	1	.738**	.805**	.795**	.789**	.841**	.758**	.857**	.812**	.789**	.788**	.761**	.827**	.774**	.908**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
Y.2	.738**	1	.730**	.717**	.777**	.757**	.756**	.778**	.749**	.731**	.779**	.849**	.719**	.731**	.865**
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
Y.3	.805**	.730**	1	.788**	.763**	.795**	.763**	.825**	.789**	.788**	.760**	.759**	.787**	.773**	.891**

Y.4	Sig. (2-tailed)	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
		0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Pearson Correlation	.79	.71	.78	1	.75	.81	.74	.83	.76	.81	.78	.74	.76	.81		.891**
		5**	7**	8**		8**	2**	2**	0**	7**	8**	5**	4**	0**	3**		
Y.5	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
		0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Pearson Correlation	.78	.77	.76	.75	1	.81	.78	.79	.78	.79	.83	.78	.81	.77		.902**
		9**	7**	3**	8**		2**	3**	8**	0**	1**	4**	7**	2**	3**		
Y.6	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
		0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Pearson Correlation	.84	.75	.79	.81	.81	1	.73	.82	.80	.79	.81	.74	.81	.79		.910**
		1**	7**	5**	2**	2**		3**	9**	0**	7**	7**	8**	7**	2**		
Y.7	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
		0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Pearson Correlation	.75	.75	.76	.74	.78	.73	1	.78	.78	.72	.78	.78	.74	.71		.868**
		8**	6**	3**	2**	3**	3**		0**	0**	4**	6**	2**	5**	7**		
Y.8	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
		0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Pearson Correlation	.85	.77	.82	.83	.79	.82	.78	1	.80	.82	.80	.76	.82	.80		.924**
		7**	8**	5**	0**	8**	9**	0**		9**	3**	8**	8**	9**	9**		

Y.9	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.81	.74	.78	.76	.78	.80	.78	.80	1	.73	.78	.79	.75	.77	.891**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
Y.10	Pearson Correlation	.78	.73	.78	.81	.79	.79	.72	.82	.73	1	.79	.70	.81	.76	.887**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.78	.77	.76	.78	.83	.81	.78	.80	.78	.79	1	.72	.81	.78	.901**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.000
Y.11	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.76	.84	.75	.74	.78	.74	.78	.76	.79	.70	.72	1	.72	.72	.869**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**
Y.12	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
Y.13	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
Y.13	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.82	.71	.78	.76	.81	.81	.74	.82	.75	.81	.81	.72	1	.77	.896**

Y.14	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.77	.73	.77	.81	.77	.79	.71	.80	.77	.76	.78	.72	.77	.77	.77	.880**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Pearson Correlation	.90	.86	.89	.89	.90	.91	.86	.92	.89	.88	.90	.86	.89	.88	.88	.880**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202
	Perilaku Konsumsi	.90	.86	.89	.89	.90	.91	.86	.92	.89	.88	.90	.86	.89	.88	.88	.880**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	202	

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

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel *E-Wallet* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	10

Variabel Islamic Economic Literacy (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	8

Variabel Perilaku Konsumsi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.980	14

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

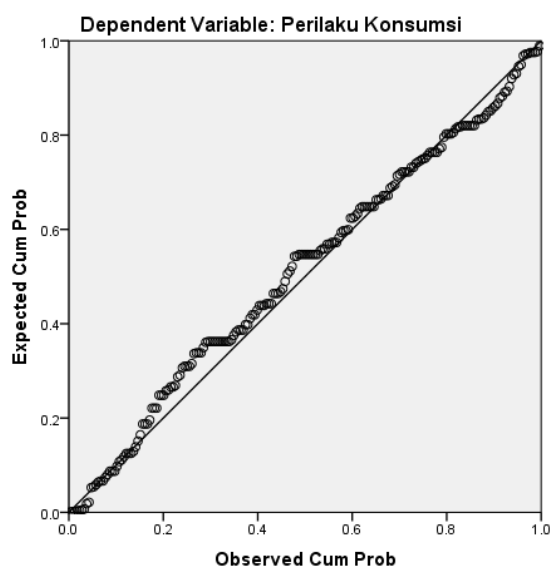
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		202
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.11428862
	Absolute	.073
Most Extreme Differences	Positive	.044
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.226

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000		
E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000	.108	9.301
Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000	.108	9.301

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

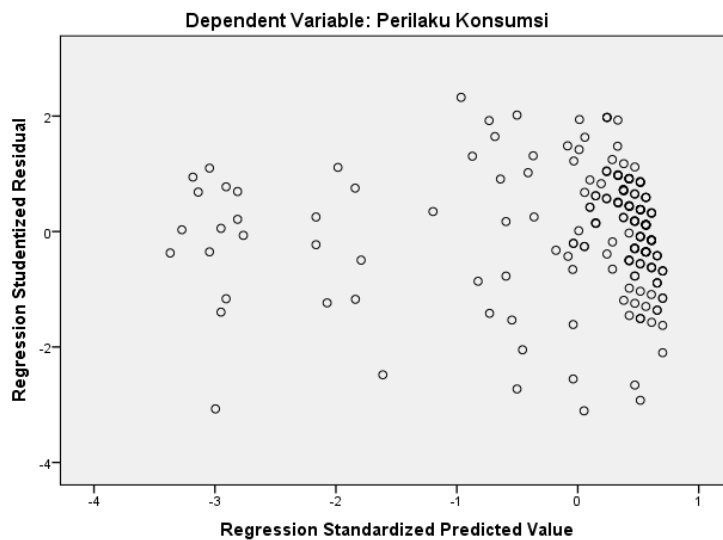
Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.525	.514		4.912	.000
E-Wallet	.003	.033	.018	.084	.933
Islamic Economic Literacy	-.029	.043	-.142	-.663	.508

a. Dependent Variable: ABS_RES

Scatterplot



Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000
E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000
Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.971	.971	2.125

a. Predictors: (Constant), Islamic Economic Literacy, E-Wallet

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29924.635	2	14962.318	3313.808	.000 ^b
	Residual	898.513	199	4.515		
	Total	30823.149	201			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Islamic Economic Literacy, E-Wallet

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.925	.814		-3.592	.000
E-Wallet	.558	.053	.388	10.519	.000

Islamic Economic Literacy	1.137	.069	.610	16.534	.000
------------------------------	-------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Ulfa Nurkhasanah
Tempat, Tanggal Lahir : Rimbo Bujang, 28 Januari 2000
NIM : 1905026070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : Jl. Hayam Wuruk Desa Tegal Arum Kec. Rimbo
Bujang Kab. Tebo Prov. Jambi
Telepon : 082271394764
Email : nurkhasanahulfa697@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 199/VIII Tegal Arum
SMP : MTs Darul Hikam Rimbo Ulu
SMA : MA Darul Hikam Rimbo Ulu