

## **PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY DAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI DALAM PESPEKTIF SYARI'AH**

**Faridatul Islami<sup>1</sup>, Dr. Rafidah, SE.,M.EI<sup>2</sup>, Puteri Anggi Lubis, SE., M.Si., Ak., CA**

*UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*

Email: faridatulislami2908@gmail.com

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine and influence the use of e-money and the Shopee Paylater payment system on student consumptive behavior of Faculty of Islamic Economics and Business UIN STS Jambi. The method used in this study is a quantitative method, and the data analysis method used is the coefficient of determination test. The sample in this study were 95 students in the Islamic Economics and Business Faculty of UIN STS Jambi who use e-money and shopee paylater. The results of the study show that partially the use of e-money has a significant effect on decisions on consumptive behavior and the Shopee Paylater payment system has a positive effect on consumptive behavior. Simultaneously, it shows that the use of e-money and the Shopee Paylater payment system have a significant effect on the consumptive behavior of FEBI students at UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. The results of the calculation of the coefficient of determination show that the variable Use of E-money and the Shopee Paylater Payment System has an influence of 27.2% and the remaining 72.8% is influenced by other variables outside this study.*

Kata kunci: *E-money, Shopee Paylater, Perilaku Konsumtif*

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* dan sistem pembayaran shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dalam Pespektif Syari'ah. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif, dan metode analisis data yang digunakan adalah uji koefisien determinasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 95 sampel mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi yang menggunakan *E-money* dan *Shopee Paylater*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Penggunaan *E-money* berpengaruh signifikan terhadap keputusan Perilaku Konsumtif dan Sistem Pembayaran Shopee *Paylater* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel Penggunaan *E-money* dan Sistem Pembayaran Shopee *Paylater* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Penggunaan *E-money* dan Sistem Pembayaran Shopee *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh sebesar 27,2% dan sisanya sebesar 72.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *E-money, shopee paylater, perilaku konsumtif*

---

### **Riwayat Artikel :**

Tanggal diterima : 11-07-2023

Tanggal revisi : 29-07-2023

Tanggal terbit : 30-07-2023

### **DOI :**

<https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>

**INFOTECH journal** by Informatika UNMA is licensed under CC BY-SA 4.0

Copyright © 2023 By Author



## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat di era modern saat ini, tak terkecuali di Indonesia. Semakin berjalannya waktu, kehidupan manusia yang bermula dari kesederhanaan kini menjadi kehidupan yang bisa dikategorikan sangat modern. Di zaman yang semakin canggih ini teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat, teknologi informasi dan komunikasi adalah suatu alat yang mempermudah urusan sehingga bermanfaat di semua aspek kehidupan manusia. Teknologi ini terus berkembang sampai ke dunia jual-beli dan perdagangan (Dewi et al., 2021)

Perdagangan yang dilakukan kini tidak hanya dipasar secara langsung namun dapat melalui pasar digital yang biasa disebut dengan e-commerce. Pembayaran dalam transaksi digital disebut *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money*, dan dompet digital yang disebut *e-wallet*. Digital *payment* adalah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran nontunai yang lebih praktis, efisien serta aman dalam bertransaksi melalui media digital.

Dengan adanya system pembayaran non tunai membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah, cepat, aman dan nyaman dalam bertransaksi, sehingga menjadikan penggunaan uang elektronik (*E-money*) yang semakin meningkat dikalangan mahasiswa dan mempengaruhi perilaku mahasiswa menjadi lebih konsumtif karena kegiatan transaksi menjadi lebih mudah. Survei awal telah dilakukan kepada salah seorang mahasiswa di UIN STS Jambi yang mengatakan bahwa menurutnya penggunaan e-money ini sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena lebih mudah dan simple dalam penggunaannya.

Salah satu *e-commerce* yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia yaitu Shopee karena market place yang berbasis mobile. Salah satu fitur shopee yang disenangi oleh masyarakat yaitu sistem pembayarannya, salah satu sistem pembayaran yang sering digunakan kalangan anak muda yaitu membayar dengan cara *Shopee PayLater*. Metode pembayaran *Shopee PayLater* merupakan metode pembayaran di mana pembeli bisa membeli barang saat ini namun pembayaran menyusul. *Shopee PayLater* ini memudahkan pembeli untuk melakukan transaksi dengan sistem pembayaran non muka. Sistem pembayaran ini bisa digunakan dengan cara membeli sekarang bayar nanti ataupun melalui metode cicilan. Dengan adanya *Shopee PayLater* maka pembeli bisa membeli barang terlebih dahulu dan membayar barang tersebut bulan berikutnya, atau dengan mencicil selama beberapa bulan. Dengan menggunakan *Shopee PayLater* maka nantinya pengguna bisa memilih periode cicilan baik dicicil selama 3 kali sampai bisa dicicil selama 12 kali. Dari kemudahan-kemudahan sistem pembayaran pada saat ini yang menjadikan masyarakat Indonesia berperilaku konsumtif terutama kalangan anak muda (Rohayedi, 2020).

Penawaran yang diberikan oleh *e-commerce* menjadi sesuatu yang berbahaya bagi generasi millennial, sebab mereka menganggap bahwa mereka diberi keuntungan dan diberikan kemudahan sehingga mereka berlomba-lomba dalam memenuhi nafsu duniawinya saja tanpa memikirkan akibat dari sikapnya tersebut. Selain itu, mereka menghabiskan hasil kerjanya untuk memenuhi keinginannya hanya untuk ajang popularitas dan pengakuan sosial yang berarti di sekelompok generasi muda yang berada di sekelilingnya. Hal tersebut yang dapat menciptakan perubahan gaya hidup seperti cara mereka dalam berpakaian, makanan yang mereka konsumsi, dan barang bermerek yang mereka pakai serta perubahan gaya hidup yang lain. Yang pada akhirnya dapat menumbuhkan gaya hidup konsumtif (Fauziah, 2022). Survei awal dilakukan terhadap 60 mahasiswa yang didapatkan bahwa 65% mahasiswa menggunakan *shopeepaylater* untuk kebutuhan konsumtif mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-money* dan sistem pembayaran *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

### 1.2. Tinjauan Pustaka

*E-money* (*Electronic Money*) atau yang biasa disebut dengan uang elektronik yaitu alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uang disimpan secara elektronik, dan nilai uang tersebut sesuai dengan apa yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang *E-money* kepada penerbit (Sihombing, 2017).

Sistem pembayaran merupakan system yang digunakan untuk memindahkan satu dana / uang dari sipembayar ke pada si pembeli baik dalam bentuk tunai maupun non tunai. Sistem pembayaran bermacam-macam yaitu OVO, DANA, Shopee Paylater. Sistem pembayaran *Shopee PayLater* merupakan metode pembayaran menggunakan dana talangan dari perusahaan aplikasi, kemudian pengguna membayarkan sejumlah uang kepada perusahaan aplikasi tersebut (Karmawan, 2014).

Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi suatu barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebih-lebihan demi kepuasan dirinya (Utami, 2021).

### 1.3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan jumlah populasi Angkatan 2021 ada 719 orang, angkatan 2020 ada 530 orang dan Angkatan 2019 ada 570 orang dengan jumlah sampel 95 orang yang diambil menggunakan rumus slovin. Waktu penelitian ini pada tahun 2022 sampai 2023. Penelitian ini menggabungkan data primer yang diambil melalui kuesioner dan wawancara serta data sekunder sebagai penunjang.

## 2. HASIL

Berdasarkan 95 sampel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dengan jumlah 82 responden dibandingkan dengan responden laki-laki dengan jumlah 13 responden.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	82	86.3%
Laki-laki	13	13.7%
Total	95	100%

Berdasarkan hasil pengelolaan data dari 95 sampel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden Angkatan 2019 paling banyak dengan jumlah 52 responden di bandingkan dengan angkatan 2020 dengan jumlah 22 responden, angkatan 2021 dengan jumlah 17 responden dan angkatan 2022 dengan jumlah 4 responden.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Tahun Angkatan Masuk UIN STS Jambi

Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase
2019	52	54.8%
2020	22	23.2%
2021	17	18%
2022	4	4%
Total	95	100%

**2.1. Hasil Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif menunjukkan gambaran data penelitian yang terdiri dari jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah Penggunaan Emoney (X<sub>1</sub>) dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (X<sub>2</sub>).

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	SD
Total X <sub>1</sub>	95	26	50	40,18	4,921
Total X <sub>2</sub>	95	21	50	35,31	5,853
Total Y	95	12	30	19,95	3,990
Valid N	95				

Hasil statistik deskriptif dapat ditampilkan sebagai berikut: *e-money* dimana hasil analisis deskriptif pada variabel *E-money* menunjukkan bahwa nilai minimum adalah 26, nilai maksimum adalah 50, nilai rata-rata 40,18 dan nilai standar deviasi 4,921. *Shopee Paylater* dimana hasil analisis deskriptif pada variabel *Shopee Paylater* menunjukkan bahwa nilai minimum adalah 21, nilai maksimum adalah 50, nilai rata-rata 35.31 dan nilai standar deviasi 5,853 dan perilaku konsumtif dimana hasil analisis deskriptif pada variabel Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa nilai minimum adalah 12, nilai maksimum adalah 30, nilai rata-rata 19.95 dan nilai standar deviasi 3.990.

**2.2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan linear antara dua variabel atau lebih variabel bebas ke satu variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasilnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Dependen variable : Perilaku konsumtif

Berdasarkan tabel 4.12 hasil analisis regresi linier berganda dapat nilai koefisien variabel bebas X<sub>1</sub> = 0,282 dan X<sub>2</sub> = 0.223 dengan konstanta 0,782,

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Const)	,782	3,336		,234	,815
E-money	,282	,074	,347	3,820	<,001
shopee paylater	,223	,062	,327	3,597	<,001

sehingga persamaan regresinya menjadi:

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

$$Y = 0,782 + 0,282X_1 + 0,223X_2 + e$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta ( $\alpha$ ) adalah 0,782 artinya jika *E-money* dan *Shopee Paylater* dianggap tetap (konstan). Nilai perilaku konsumtif adalah 0,782.
- b. Koefisien regresi penggunaan *E-money* (X<sub>1</sub>) sebesar 0,282 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan jika penggunaan *E-money* diasumsikan meningkat sebesar 1% maka perilaku konsumtif mahasiswa meningkat sebesar 0,282%, artinya variabel penggunaan *E-money* ada hubungan positif dan signifikan dengan variabel perilaku konsumtif.
- c. Koefisien regresi Sistem pembayara *Shopee Paylater* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,223 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sistem pembayara *Shopee Paylater* berpengaruh positif terhadap variabel perilaku konsumtif yang berarti Sistem pembayaran *Shopee Paylater* bertambah 1% kemudian perilaku konsumtif mahasiswa akan bertambah sebesar 0,223%.

**2.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Nilai koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh besar pada

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menggunakan R<sup>2</sup>.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,522 <sup>a</sup>	,272	,256	3,452

a. Predictors: (Constant), shopee paylater, E-money

Nilai R Square (R<sup>2</sup>) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Dimana angka ini akan dikonversi menjadi persen. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,272 artinya persentase kontribusi terhadap pengaruh variabel *E-money* (X<sub>1</sub>) dan *Shopee Paylater* (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 27,2%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk model ini. Nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,272 atau 27,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (X<sub>1</sub>) dan (X<sub>2</sub>) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 27,2% dan sisanya adalah Sebesar 72,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Standard error of the Estimate, adalah ukuran kesalahan prediksi, nilai 3,452. Itu berarti kesalahan dalam memprediksi Y sebesar 3,452.

**2.4. Uji Hipotesis Penelitian**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen simultan atau bersamaan. Sedangkan uji t digunakan untuk menguji a variabel independen terhadap variabel dependen yang memiliki pengaruh secara parsial.

**2.4.1. Uji Simultan (F)**

Uji-f pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independent (bebas) secara bersamasama memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen (terikat) dengan tingkat signifikansi 0,05. Kesimpulan ditarik dengan melihat, jika nilai Sig < α maka Ho ditolak sedangkan jika nilai Sig > α maka Ho diterima. Dan jika Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak (signifikan) sedangkan jika Fhitung < Ftabel maka Ho diterima (tidak signifikan). Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel penggunaan *E-money* dan sistem pembayaran *Shopee Paylater* secara keseluruhan terhadap variabel keputusan berinvestasi.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409,972	2	204,986	17,206	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1096,028	92	11,913		
	Total	1506,000	94			

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), shopee paylater, E-money

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa hasil F tabel adalah sebagai berikut mengikuti:

$$F \text{ tabel} = F(k; n-k) = F(2; 93) = 3,09$$

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 dapat diketahui nilai signifikansinya untuk variabel *E-money* (X<sub>1</sub>) dan *Shopee Paylater* (X<sub>2</sub>) secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah 0,001 < 0,005 dan nilai F hitung > F tabel 17,206 > 3.09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *E-money* (X<sub>1</sub>) dan *Shopee Paylater* (X<sub>2</sub>) secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

**2.4.2. Uji Parsial (t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen mempengaruhi sebagian variabel dependen. pengetahuan variabel, risiko dan motivasi investasi pada bunga diuji secara terpisah berdasarkan level signifikansi 0,05. Kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi hasil uji t pada variabel bebas dengan kriteria Jika nilai Sig > α maka Ho diterima, dan jika nilai Sig < α maka Ho ditolak. Dan dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel sebagai berikut: 1. Jika nilai T hitung > nilai T tabel maka Ho ditolak yang berarti koefisien regresi penting.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,782	3,336		,234	,815
	E-money	,282	,074	,347	3,820	<,001
	shopee paylater	,223	,062	,327	3,597	<,001

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa hasil T tabel adalah sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t(a/2; n-k-1) = (0,05/2; 95-2-1) (0,025; 92) = 1,986$$

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas, hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut mengikuti : Hasil uji t variabel *E-money* (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai signifikan 0.001 < 0.05 dan T hitung > T tabel yaitu sebesar 3,820 > 1,986 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *E-money* terhadap perilaku konsumtif dan Hasil uji t variabel *Shopee Paylater* (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai signifikan 0.001 < 0.05 dan T hitung > T tabel yaitu sebesar 3.597 > 1.986 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara



variabel *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif.

### 3. PEMBAHASAN

#### Pengaruh Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Di dalam *E-money*, Kemudahan saat menggunakan *e-money* penting agar memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Kemudahan merupakan salah satu indikator dari *E-money* dalam penelitian ini. Adapun kemudahan *E-money* sebagai berikut: *E-money* bisa digunakan dimana saja dan *E-money* juga bisa digunakan kapan saja. Selain itu *E-money* mudah dipahami dan diaplikasikan oleh pengguna sehingga pengguna menggunakan *E-money* untuk membeli produk yang menarik meskipun belum tentu digunakan maupun membeli produk yang sedang trend yang menjadikan pengguna *E-money* melakukan konsumsi yang berlebihan (Khafidatul) Manfaat adalah tingkatan dimana pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan sesuatu produk yang ditawarkan mereka akan merasakan manfaat yang didapat dari penggunaan produk tersebut. Dengan *E-money* menjadikan pekerjaan lebih efektif, efisien dan waktu yang dilakukan untuk bertransaksi lebih singkat. (Rida Nur)

#### Pengaruh Sistem Pembayaran *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya ditemukan bahwa hasil sistem pembayaran *Shopee paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.  $H_0$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif. Selain *E-money* keamanan juga menjadi indikator dalam *shopee paylater* untuk menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut. Keamanan *shopee paylater* sudah terjamin karena sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selain itu *Shopee Paylater* memiliki sistem keamanan tinggi bagi pelanggan dengan menerapkan teknologi enkripsi canggih dan protokol keselamatan lainnya untuk melindungi data pribadi pengguna. Selain itu *Shopee Paylater* memiliki sistem keamanan tinggi bagi pelanggan dengan menerapkan teknologi enkripsi canggih dan protokol keselamatan lainnya untuk melindungi data pribadi pengguna.

Kepuasan juga menjadi salah satu indikator dari *shopee paylater*. Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa Rafidah dan Mila).

#### Pengaruh Penggunaan *E-money* dan Sistem Pembayaran *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 dapat diketahui nilai signifikansinya untuk variabel *E-money* ( $X_1$ ) dan *Shopee Paylater* ( $X_2$ ) secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ ) adalah  $0,001 < 0,005$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,206 > 3,09$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *E-money* ( $X_1$ ) dan *Shopee Paylater* ( $X_2$ ) secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ ).

Nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,272 atau 27,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) terhadap ( $Y$ ) memberikan pengaruh sebesar 27,2% dan sisanya adalah Sebesar 72,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, membeli produk atas pertimbangan harga bukan berdasarkan manfaat, membeli barang secara berlebihan, membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup, membeli barang karena kemasan unik dan menarik dan membeli barang untuk menaikkan status social. Pada dasarnya orang yang berperilaku konsumtif tidak akan memikirkan jangka panjang (Lisa)

### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan *E-money* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  yaitu sebesar  $3,820 > 1,986$ . Sistem pembayaran *Shopee Paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  yaitu sebesar  $3,597 > 1,986$ . Penggunaan *E-money* dan sistem pembayaran *Shopee Paylater* secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,206 > 3,09$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *E-money* ( $X_1$ ) dan *Shopee Paylater* ( $X_2$ ) secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ ). Berdasarkan hasil observasi penelitian, penulis menyarankan kepada mahasiswa UIN STS Jambi untuk dapat dapat menekan perilaku konsumtifnya dengan mengurangi pembelian yang bersifat impulsif dengan melakukan pencatatan mengenai barang-barang yang dianggap prioritas sebelum melakukan pembelian guna menghindari pembelian barang yang kurang berguna yang disebabkan keinginan sesaat semata.

### PUSTAKA

Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang

- Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fauziah G. U., N. N. , N. N. . (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Stei Ar-Risalah Ciamis). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 254–267.
- Karmawan, I. G. M. (2014). Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan dalam Proses Bisnis E-Commerce pada Perusahaan Amazon.Com. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 748. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2237>
- Rohayedi, E. , M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif* , 4(1), 31–48. <http://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/TF>
- Sihombing R., J. , A. N. , M. . (2017). Keabsahan Electronic Money Di Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya*, 5(2). <http://personalfinance.co.id/news/mengontrol-pengeluarandengan->
- Utami, B. P. (2021). Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum (JIMHUM)*, 1(3), 1–13.