

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE MONEY*  
TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KOTA  
PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**HELIN FEBRIANBUDI  
NIM. 2017201071**

**PRODI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helin Febrianbudi  
NIM : 2017201071  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 4 Maret 2024

Saya yang menyatakan



Helin Febrianbudi

NIM. 2017201071

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsaizu.ac.id


### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

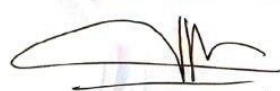
#### ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE MONEY TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KOTA PURWOKERTO

Yang disusun oleh Saudara **HELIN FEBRIANBUDI NIM 2017201071** Program Studi S-1 **Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 18 April 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

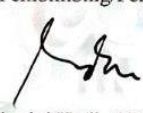
Ketua Sidang/Penguji

  
Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

  
Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 18 April 2024

Mengesahkan  
Dekan,  
  
  
Dr. H. Yusuf Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Helin Febrianbudi NIM 2017201071 yang berjudul:

**Analisis Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.)

*Wassalamu'alaikum Wb. Wb.*

Purwokerto, 4 Maret 2024

Pembimbing,



**Rahmini Hadi, S.E., M.Si.**

NIP. 19701224 200501 2 001

## **MOTTO**

*“ Don ’t stop being a good person “*

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya “

(Q.S Al-Baqarah: 286)



# **Analisis Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto**

**Helin Febrianbudi**

**NIM. 2017201071**

*E-mail: [helinfibriiiian34@gmail.com](mailto:helinfibriiiian34@gmail.com)*

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini kian mempengaruhi kehidupan manusia termasuk pada kegiatan perekonomian. *Mobile money* menjadi suatu inovasi *financial technology (fintech)* yang hadir memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Keefektifan *mobile money* ini dapat mempengaruhi perubahan dasar pada pola perilaku konsumsi masyarakat yang sejalan dengan teori model siklus “*The Needs Adoptive Shopper*” yang mengungkapkan bahwa teknologi memainkan peran dalam merubah kegiatan perekonomian mulai dari cara berbelanja hingga pembayaran transaksi. Namun dalam beberapa penelitian masih memiliki output yang tidak sejalan dengan teori tersebut, hal ini menghasilkan ketidaksesuaian antara hasil penelitian terkait penggunaan teknologi terhadap perilaku konsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi pengguna *mobile money* serta pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Metode pengumpulan sampel yang digunakan ialah kombinasi antara *probability sampling* menggunakan *proportionate stratified random sampling* dan *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling* dengan melibatkan 435 responden yang merupakan pengguna aktif *mobile money* yang tersebar di 11 kecamatan di Kota Purwokerto. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan menggunakan uji korelasi rank spearman dan regresi ordinal.

Berdasarkan hasil analisis data dari *survey* dan literatur menunjukkan bahwa shopeepay menjadi aplikasi *mobile money* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Kota Purwokerto dengan rentang pengeluaran yang masih tergolong rendah, paling tinggi pengeluarannya pada jenis konsumsi fashion; konsumsi pangan serta konsumsi komunikasi. Berdasarkan hasil analisis regresi ordinal diketahui bahwa penggunaan *mobile money* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto. Artinya, jika individu mengalami peningkatan pada penggunaan *mobile money* maka mereka cenderung memiliki pola konsumsi yang tinggi.

**Kata Kunci: Mobile Money, Pola Konsumsi**

# ***Analysis of the Influence of Using Mobile Money on the Consumption Patterns of the People of Purwokerto City***

**Helin Febrianbudi**  
**NIM. 2017201071**

E-mail: [helinfibriiiian34@gmail.com](mailto:helinfibriiiian34@gmail.com)

Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## **ABSTRACT**

*The development of technology and information is increasingly affecting human life, including economic activities. Mobile money is a financial technology (fintech) innovation that is present to provide convenience for the community in accessing financial services. The effectiveness of mobile money can affect basic changes in people's consumption behavior patterns in line with the theory of the "The Needs Adoptive Shopper" cycle model which reveals that technology plays a role in changing economic activities ranging from how to shop to payment transactions. However, some studies still have outputs that are not in line with this theory, this results in a discrepancy between the results of research related to the use of technology on consumption behavior.*

*This study aims to analyze the consumption patterns of mobile money users and the effect of mobile money used on the consumption patterns of the people of Purwokerto City. This research uses an explanatory quantitative approach. The sampling method was use combines probability sampling using proportionate stratified random sampling and non-probability sampling using purposive sampling involving 435 respondents who are active users of mobile money spread across 11 sub-districts in Purwokerto City. The data analysis technique used in this research were descriptive statistics and inferential statistics using the spearman rank correlation test and ordinal regression.*

*Based on the results of data analysis from surveys and literature, it showed that Shopeepay is the most widely used mobile money application by the people of Purwokerto City with a range of expenditures that are still relatively low, the highest expenditure on the type of fashion consumption; food consumption and communication consumption. Based on the results of the ordinal regression analysis, it was known that the use of mobile money has a positive and significant influence on the consumption patterns of the people of Purwokerto City. That is, if individuals experience an increase in the use of mobile money then they tend to have high consumption patterns.*

***Keywords: Mobile Money, Consumption Pattern***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
صاد	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em



ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## 2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

## 3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

## 4. Vokal pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

## 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>

2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
--------	---------	-----------------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
----------	---------	----------------------

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi terakhir, Nabi Muhammad SAW, serta kepada para sahabat dan tabi'in dengan harapan selalu mengikuti ajaran-ajaran beliau dan meraih syafaat di hari akhir kelak.

Dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini, semoga dapat membawa berkah dan manfaat bagi semua pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M. Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. H. Sochim, LC., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Rahmini Hadi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, arahan, motivasi dan semangat serta kesabarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, kemudahan dalam

sertiap urusannya, dibalas kebbaikannya oleh Allah SWT dan semoga menjadi amal jariyah Ibu.

9. Segenap Dosen, Staff, Tata Usaha dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
10. Teruntuk Bapak Budi Riswono dan Ibu Neti Kusnari, selaku orang tua tercinta yang selalu membantu dan mendukung baik dari segi moril maupun materiil serta doa yang terus dipanjatkan dalam setiap tahap proses yang dilalui penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan ganjaran yang mulia, kebahagiaan, perlindungan dan umur yang penuh berkah.
11. Teruntuk Adik saya Fabian Dwi Budianto, yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini dan melanjutkan perjalanan hidup kedepannya.
12. Teruntuk diri sendiri yang selalu menjadi kuat dalam segala proses atas ketekunan, kerja keras dan kesungguhan dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa dedikasi dan semangat yang dimiliki, pencapaian ini tidak akan terwujud.
13. Teruntuk sahabat saya yang banyak membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini Annisa Lutfiana, Tim Pejuang Sukses Bersama: Anasya, Andev serta Hera dan Tim Balabala: Farah, Shilla dan Linda
14. Untuk keluarga besar Ekonomi Syariah B 2020, KSEI FEBI UIN Saizu Purwokerto, KKN Madura 2023, serta PPL Bebek Mas yang telah menemani proses penulis dalam menempuh pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini.
15. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

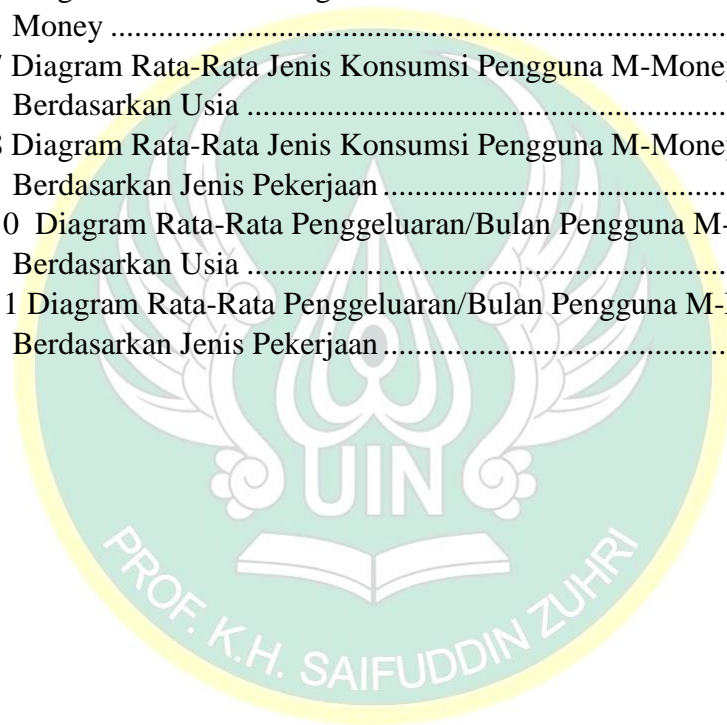
Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum mencapai kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan masukan yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik kedepannya. Semoga karya ini bermanfaat bagi semua pihak.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengeluaran Per Kapita/Bulan Daerah Barlingmascakeb Tahun 2022-2023 .....	6
Tabel 1. 2 Indeks Harga Konsumen (IHK) Kota Purwokerto Desember 2022 Terhadap Desember 2023 Menurut Kelompok Pengeluaran .....	6
Tabel 1. 3 Daftar Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Daerah Barlingmascakeb Tahun 2023 .....	7
Tabel 1. 4 Data Beberapa Fasilitas di Kota Purwokerto .....	8
Tabel 2. 1 Data Mobile Money Populer di Indonesia .....	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Data Jumlah Penduduk Kota Purwokerto .....	36
Tabel 3. 2 Sampel Penelitian .....	38
Tabel 3. 3 Indikator Penelitian .....	40
Tabel 3. 4 Pembobotan Nilai Untuk Jawaban Responden .....	42
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal .....	50
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	51
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Mobile Money (X) .....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Pola Konsumsi (Y) .....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4. 9 Kekuatan Hubungan Antar Variabel .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman .....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Case Prossing Summary .....	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Model Fitting Information .....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness-of-Fit .....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Pseudo R-Square .....	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parameter Estimates .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Fintech Tahun 2017-2023.....	2
Gambar 1. 3 Data Metode Pembayaran di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumsi.....	18
Gambar 2. 2 Model Siklus “The Needs Adoptive Shopper” .....	20
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian .....	33
Gambar 4. 1 Diagram Penggunaan M-money Selama 6 Bulan Terakhir .....	56
Gambar 4. 2 Diagram Frekuensi Penggunaan Mobile Money.....	57
Gambar 4. 3 Diagram Penggunaan Mobile Money .....	58
Gambar 4. 4 Diagram Perubahan Konsumsi Pengguna M-Money.....	58
Gambar 4. 5 Diagram Jenis Konsumsi Pengguna M-Money.....	59
Gambar 4. 6 Diagram Rata-Rata Pengeluaran Konsumsi Per Bulan Pengguna M- Money .....	60
Gambar 4. 7 Diagram Rata-Rata Jenis Konsumsi Pengguna M-Money Berdasarkan Usia .....	61
Gambar 4. 8 Diagram Rata-Rata Jenis Konsumsi Pengguna M-Money Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	62
Gambar 4. 10 Diagram Rata-Rata Pengeluaran/Bulan Pengguna M-Money Berdasarkan Usia .....	64
Gambar 4. 11 Diagram Rata-Rata Pengeluaran/Bulan Pengguna M-Money Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2: Daftar responden penelitian.....	88
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	100
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	122
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	127
Lampiran 6: Hasil Uji Korelasi Rank Spearman .....	127
Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Ordinal .....	128
Lampiran 8: Bukti Penyebaran Kuesioner .....	130
Lampiran 9: Hasil Cek Similaritas .....	132
Lampiran 10: Daftar Riwayat Hidup .....	133



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Kerangka Teori.....	11
1. Penggunaan <i>Mobile Money</i> .....	11
2. Pola Konsumsi.....	16
B. Landasan Teologis .....	22
C. Penelitian Terdahulu .....	27
D. Kerangka Berpikir.....	33
E. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
1. Lokasi Penelitian .....	35



2. Waktu Penelitian .....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
1. Populasi Penelitian .....	36
2. Sampel Penelitian .....	36
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	37
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	39
1. Variabel Penelitian .....	39
2. Indikator Penelitian .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Sumber Data .....	41
G. Skala Pengukuran Data .....	41
H. Teknik Analisis Data .....	43
1. Uji Instrumen .....	43
2. Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	45
1. Latar Belakang <i>Mobile money</i> .....	45
2. Gambaran Umum Kota Purwokerto .....	46
B. Karakteristik Responden .....	48
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	48
2. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	49
3. Karakteristik Responden Menurut Daerah Tempat Tinggal .....	49
4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	51
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	52
C. Hasil Uji Instrumen .....	53
1. Hasil Uji Validitas .....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	55
D. Hasil Analisis Data .....	56
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	56
2. Analisis Statistik Inferensial .....	65
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
1. Pola Konsumsi Masyarakat Pengguna <i>Mobile Money</i> .....	70

2. Pengaruh Penggunaan <i>Mobile money</i> Terhadap Pola Konsumsi .....	72
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>81</b>



# BAB I

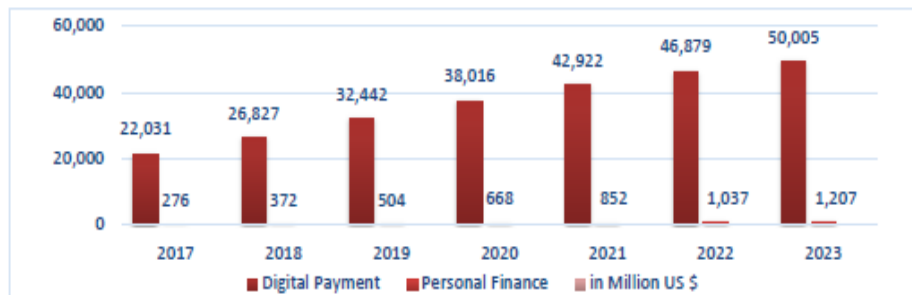
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era *society* 5.0 saat ini menekan manusia untuk meleak teknologi serta menjadi bagian krusial di kehidupan manusia. Pemanfaatan teknologi dapat diterima di masyarakat dengan begitu positif karena kecepatan dalam menyelesaikan kegiatan manusia, salah satunya pada kegiatan perekonomian. Uang menjadi elemen penting dalam kegiatan perekonomian sebagai sistem pembayaran yang mulanya dilakukan secara tunai saat ini mulai bergeser menjadi *cashless*. Proses digitalisasi ini sebagai dukungan dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan Bank Indonesia untuk mewujudkan ekosistem *cashless society*. Teknologi dan internet menjadi peran penting dalam mewujudkan gerakan *cashless society* tersebut, dikutip dari Katadata.co.id (Annur, 2022), menurut laporan *We Are Social* pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta atau naik 1,03% dari tahun 2021. Pesatnya pertumbuhan populasi pengguna internet menjadikan Indonesia menjadi Negara dengan pertumbuhan tertinggi perekonomian digital di Asia Tenggara (World Bank, 2021).

Melalui digitalisasi, layanan *fintech* (*financial technology*) diciptakan sebagai solusi keuangan yang lebih efisien dan mudah diakses. *Fintech* menjadi suatu inovasi teknologi jasa finansial dengan memperkenalkan kemudahan akses, kepraktisan serta biaya yang ekonomis (Sihombing, 2022). *Fintech* mampu menyediakan layanan keuangan seperti pembayaran digital, pinjaman online, investasi dan transfer uang dengan cepat dan aman. Seiring dengan perkembangan teknologi, keterkaitan antara digitalisasi dan *fintech* terus berkembang menciptakan transformasi signifikan dalam cara transaksi keuangan dilakukan dan diakses oleh masyarakat. Perkembangan *fintech* ini didukung dengan peningkatan pada nilai transaksi setiap tahunnya yang ditunjukkan pada gambar 1.1 dibawah ini

**Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Fintech Tahun 2017-2023**



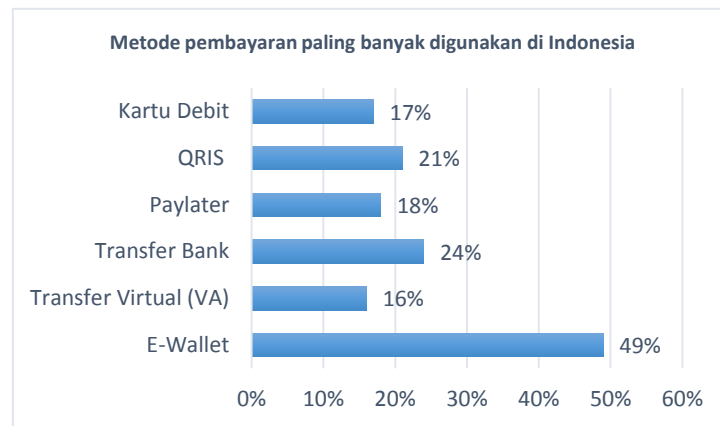
Sumber: Sihombing (2022)

*Global System For Mobile Communications Association* (GSMA) mendefinisikan *mobile money* sebagai suatu layanan dimana telepon seluler digunakan untuk mengakses layanan keuangan. *Mobile money* merujuk pada sistem pembayaran digital yang memungkinkan individu melakukan transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*, seperti ponsel pintar atau telepon seluler. *E-money* dengan *server based* ini merupakan uang elektronik yang penggunaannya memerlukan *smartphone* serta internet untuk mengaksesnya (Budiyono, 2023). Pada layanan *mobile money* memungkinkan individu untuk melakukan pembayaran, transfer uang, pembelian barang atau jasa serta berbagai aktivitas keuangan lainnya.

*Mobile money*, sebagai bentuk teknologi keuangan modern yang secara substansial menjadi bagian dari uang elektronik. Salah satu bentuk *mobile money* yang populer ialah layanan dompet digital, saat ini tercatat di Bank Indonesia terdapat 38 aplikasi *e-wallet* yang berlisensi resmi. Dilansir dari BI.go.id (Wulandari, 2023), berdasarkan survey dari Ipsos di Asia Tenggara, aplikasi dompet digital yang paling diminati masyarakat Indonesia mencakup GoPay (17%), Dana (14%), OVO (28%), Shopeepay (34%) serta LinkAja (8%). Selain itu, survey lain yang dilakukan InsightAsia di tujuh kota besar di Indonesia meliputi Medan, Makasar, Semarang, Jabodetabek, Bandung, Palembang dan Pekanbaru juga menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital telah mengungguli cara pembayaran lain seperti uang tunai (49%), transfer bank

(24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) serta transfer virtual akun (VA) (16%) yang ditunjukkan pada gambar 1.2.

**Gambar 1. 2 Data Metode Pembayaran di Indonesia**



Sumber: *Insight Asia*

Transaksi yang cepat, aman dan mudah serta hanya memerlukan *smartphone* untuk bertransaksi menjadikan *mobile money* menjadi pilihan masyarakat saat ini. Keefektifan *mobile money* ini mewujudkan mobilitas masyarakat dalam menjalankan aktivitas perekonomian menjadi lebih mudah (Sari, 2020). Dengan biaya transaksi yang lebih rendah dan kemudahan yang ditawarkan, individu menjadi cenderung menggunakan *mobile money* untuk pembelian kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka dengan mengalihkan preferensi mereka dari transaksi tunai ke transaksi menggunakan *mobile money*. Dalam penelitian Mita Tantrinesa, Lois Fransa Amelia & Hafizh Agil Sidawarya (2023) di Surabaya ditemukan bahwa penggunaan *m-banking* memberikan dampak positif dengan mempermudah akses masyarakat dalam berbelanja sehingga membawa perubahan dasar dalam cara masyarakat Surabaya berbelanja khususnya peningkatan pada belanja online.

Pada teori model siklus *The Needs Adoptive Shopper* diungkapkan bahwa teknologi dapat mempengaruhi pergeseran perilaku konsumsi seseorang, hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Siregar, 2022) yang menunjukkan bahwa

teknologi digital dapat mempengaruhi perilaku konsumen melalui kemudahan akses, mengubah tren serta memperkenalkan cara baru untuk berkomunikasi dan mengakses produk dan layanan secara online. Peningkatan penggunaan *mobile money* dapat berdampak pada perilaku konsumsi seseorang. Pada kondisi inilah perilaku konsumsi konsumen dapat mempengaruhi pola konsumsi individu.

Dalam istilah sehari-hari konsumsi diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Konsumsi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi pendapatan, lingkungan serta kebutuhan (Nabilah dkk, 2021). Tingkat kebutuhan yang berbeda menjadi alasan perbedaan pada pola konsumsi tiap individu. Pola konsumsi dapat diartikan sebagai cara atau pola tindakan seseorang dalam menggunakan, mengurangi, atau menghabiskan nilai guna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Pola konsumsi masyarakat menggambarkan kecenderungan masyarakat yang mengarah pada unsur makanan atau non makanan yang meliputi jenis, jumlah serta frekuensi barang yang dikonsumsi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pengeluaran konsumsi dibagi menjadi dua yakni konsumsi pangan yang terdiri dari padi-padian, kacang-kacangan, sayur-sayuran, buah-buahan, bahan minuman, makanan jadi, ikan, daging telur dan banyak lainnya sedangkan konsumsi non pangan seperti bahan bakar, aneka barang dan jasa, biaya pendidikan, kesehatan, pakaian, alas kaki, premi asuransi serta bahan-bahan tahan lama.

Konsumen kadang sulit membedakan akan kebutuhan atau keinginan barang yang dikonsumsi, mereka yang menggunakan *mobile money* akan memiliki banyak kesempatan membelanjakan uangnya kepada konsumsi yang berdasar keinginan bukan terhadap kebutuhan hal ini dikarenakan kemudahan pada aksesnya sehingga mengarah pada perilaku konsumtif, karena secara tidak sadar konsumen telah mengeluarkan uangnya untuk konsumsi tersier (Rusdi, 2022). Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang *mobile money* juga mampu meningkatkan tingkat konsumsi individu sebab merasa untung jika melakukan transaksi selagi promo masih berlaku (Dewi dkk, 2021). Panos dan

Wilson juga berpendapat bahwa teknologi finansial termasuk penggunaan pembayaran *mobile money* dapat merusak kesejahteraan finansial konsumen dengan memicu perilaku pembelian impulsif (Panos & Wilson, 2020). Hal tersebut menyebabkan pola konsumsi masyarakat menjadi bervariasi mulai dari konsumsi pangan, fashion, transportasi hingga perawatan diri yang sekarang dapat dengan mudah menggunakan *mobile money* sebagai alat pembayarannya.

Keynes (1936) mengungkapkan bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat ditentukan oleh pendapatan yang diperoleh (Mourizka & Haryatingsih, 2023). Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi juga pengeluaran konsumsinya, hal ini akan membentuk suatu pola konsumsi masyarakat. Duesenberry (1949) menyatakan bahwa pola konsumsi seseorang dapat terpengaruhi oleh pengeluaran konsumsi orang lain atau sekelompok orang atau bersifat interdependen (Mourizka & Haryatiningsih, 2023). Meniru pola konsumsi seseorang akan mengakibatkan gaya hidup baru, mode transportasi baru, cara berpakaian baru dan peralatan baru. Selain itu, penelitian yang dilakukan Puspitasari & Indrarini (2021) menunjukkan *digital payment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi individu karena kemudahan transaksinya. Dalam penggunaan *mobile money*, konsumen dapat dengan mudah membelanjakan uangnya karena kepraktisan dan keefesienannya. Dari perubahan perilaku konsumsi ini akan mengakibatkan terjadinya pergeseran pada pola konsumsi individu.

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwokerto yang menjadi kota madya serta sentra perekonomian Kabupaten Banyumas. Data dari BPS Provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa Kabupaten Banyumas menjadi salah satu daerah yang memiliki tingkat konsumsi rata-rata per kapita sebulan yang cukup tinggi. Berdasarkan Tabel 1.3., dapat diketahui bahwa tingkat konsumsi masyarakat Kabupaten Banyumas mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan perbandingan daerah-daerah di sekitar Banyumas yaitu daerah yang termasuk Barlingmascakeb seperti Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Kebumen.

**Tabel 1. 1 Data Pengeluaran Per Kapita/Bulan Daerah Barlingmascakeb Tahun 2022-2023**

<b>Kabupaten</b>	<b>Makanan (Rupiah)</b>	<b>Non Makanan (Rupiah)</b>	<b>Jumlah (Rupiah)</b>
Kabupaten Cilacap	455 408	374 618	830 026
Kabupaten Banyumas	523 319	500 654	1 023 973
Kabupaten Purbalingga	429 554	470 547	900 102
Kabupaten Banjarnegara	508 101	467 173	975 274
Kabupaten Kebumen	476 516	444 075	920 590

*Sumber : BPS Provinsi Jawa Tengah*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abdelina & Makhrani (2021) pendapatan seseorang akan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu. Artinya semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kemungkinan tingkat konsumsinya juga meningkat. Menurut Aang Curatman (2010) dalam bukunya yang membahas tentang teori makro menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat adalah pendapatan rumah tangga (Inayah, 2020). Semakin tinggi tingkat kebutuhan masyarakat maka diperlukan pendapatan yang tinggi. Pada tingkat harga barang dan jasa dapat dipahami melalui pergerakan Indeks Harga Konsumen (IHK). Indeks Harga Konsumen (IHK) merupakan suatu indeks dari harga yang dibayar konsumen/masyarakat dalam melakukan pembelian barang dan jasa yang digunakan sebagai indikator perubahan pengeluaran rumah tangga (Maufira, 2022). Adapun perkembangan IHK Kota Purwokerto dari Desember 2022 terhadap Desember 2023 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Indeks Harga Konsumen (IHK) Kota Purwokerto Desember 2022 Terhadap Desember 2023 Menurut Kelompok Pengeluaran**

<b>Kelompok Pengeluaran</b>	<b>IHK Desember 2022</b>	<b>IHK Desember 2023</b>
Umum (Headline)	114,10	117,08
Makanan, Minuman dan Tembakau	118,15	126,64
Pakaian dan Alas Kaki	105,08	106,12



Perumahan, Air, Listrik, dan Bahan Bakar Rumah Tangga	110,28	110,38
Perlengkapan, Peralatan, dan Pemeliharaan Rumah Tangga	119,18	119,79
Kesehatan	107,29	109,57
Transportasi	125,57	126,37
Informasi, Komunikasi dan Jasa Keuangan	98,45	98,63
Rekreasi, Olahraga dan Budaya	108,81	107,51
Pendidikan	98,84	99,87
Penyediaan Makanan dan Minuman/Restoran	111,52	112,30
Perawatan Pribadi dan Jasa Lainnya	122,79	126,95

Sumber: BPS Kabupaten Banyumas (2024)

Dilihat pada tabel 1.2 bahwa indeks harga konsumen Kota Purwokerto mengalami kenaikan dari Desember 2022 terhadap Desember 2023, hal ini memperlihatkan terjadinya peningkatan harga barang dan jasa pada setiap komoditi pengeluaran yang mempengaruhi perubahan pengeluaran rumah tangga. Meskipun demikian, jika dilihat dari nilai upah minimum kabupaten (UMK), pendapatan masyarakat Kabupaten Banyumas tidak sebesar masyarakat kabupaten daerah Barlingmascakeb lainnya, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini.

**Tabel 1. 3 Daftar Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Daerah Barlingmascakeb Tahun 2023**

Kabupaten	Nilai Upah Minimum
Kabupaten Cilacap	Rp. 2.383.090
Kabupaten Banyumas	Rp. 2. 118.124
Kabupaten Purbalingga	Rp. 2.130.981
Kabupaten Banjarnegara	Rp. 1.958.170
Kabupaten Kebumen	Rp. 2.043.902

Sumber :databoks

Menjadi kota dengan banyaknya pusat perbelanjaan serta fasilitas penunjang perekonomian lainnya, membentuk Kota Purwokerto menjadi daerah yang strategis. Terlebih Kota Purwokerto juga dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Banyumas, sehingga memiliki potensi besar dalam berbisnis. Berikut daftar fasilitas penunjang perekonomian di Kota Purwokerto yang meliputi pusat perbelanjaan, objek wisata hingga moda transportasi, sebagai berikut:

**Tabel 1. 4 Data Beberapa Fasilitas di Kota Purwokerto**

No	Nama Tempat	No	Nama Tempat
1.	Rita Supermall and CGV Cinemas	8.	Pusat Kuliner Alun-Alun Purwokerto
2.	Duta Mode	9.	Stasiun Kereta Api Purwokerto
3.	Matahari Departement Store	10.	Aston Hotel Purwokerto
4.	Living Plaza (ACE Hardware, Chatime), Informa,	11.	Java Heritage Hotel Purwokerto
5.	Terminal Bus Bulupitu	12.	GOR Satria Purwokerto
6.	Menara Pandang Teratai Purwokerto	13.	Beberapa Universitas, seperti UNSOED, UMP, UIN SAIZU dan lainnya
7.	Kebun Raya Baturaden	14.	Beberapa wisata Curug seperti Curug bayan, Curug Pitu dan lainnya

Sumber : Data Sekunder yang diolah

Dengan banyaknya pilihan aktivitas perekonomian serta tingginya pengeluaran konsumsi masyarakat, hal ini menjadikan konsumsi masyarakat Kota Purwokerto menjadi bervariasi terlebih didukung dengan keefektifan dari penggunaan *mobile money*. Dari hasil observasi pendahuluan berupa kuesioner dan wawancara dengan beberapa responden masyarakat Kota Purwokerto menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka mengetahui terkait *mobile money* serta menggunakannya, menurutnya *mobile money* ialah suatu sarana pembayaran dengan menggunakan ponsel (Wawancara, 16 Mei 2023). Kemudahan serta

kepraktisan *mobile money*, membuat Syanha sering menggunakannya untuk berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke off store (Wawancara dengan Syanha Sekar, masyarakat domisili Sokanegara, 16 Mei 2023). Lia juga menuturkan konsumsinya meningkat setelah menggunakan *mobile money* khususnya pada konsumsi fashion dan makanan karena bisa diakses dimana saja serta tidak perlu membawa uang tunai (Wawancara dengan Lia, masyarakat domisili Sumampir, 16 Mei 2023). Adanya perubahan perilaku ini, menuntut pembayaran saat ini beralih serba digital sehingga pola konsumsi masyarakat pun mulai bergeser.

Berdasarkan penelitian dari (Baffour dkk, 2021) di Ghana mengungkapkan bahwasanya terjadi peningkatan konsumsi pada masyarakat yang menggunakan *mobile money* dibandingkan non-pengguna *mobile money*. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian oleh (Mourizka & Haryatiningsih, 2023) mengungkapkan bahwa pola konsumsi generasi z di Kota Bandung dalam menggunakan *e-wallet* dihabiskan untuk konsumsi pangan, fashion dan transportasi. Namun studi sebelumnya mempunyai output yang tidak sama, penelitian yang dilakukan pada Dosen dan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado menyatakan bahwa pengguna *e-money* di Manado tidak terlalu berpengaruh pada pola konsumsi karena masih kurangnya pengetahuan dan teknologi terkait pembayaran *e-money* seperti cara *mentop-up* saldo serta lainnya (Mustamu dkk, 2021) dan penelitian yang menyatakan bahwa pola konsumsi masyarakat Kota Batam pengguna *e-money server based* masih sedikit mengalami pergeseran yang dibuktikan dengan masih rendahnya beberapa jenis konsumsi (Maharani S.S & Darmawan, 2020).

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti terkait pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto serta mengetahui pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto pengguna *mobile money* sebagai alat transaksi pembayaran. Pada penelitian ini akan dieksplorasi mengenai bagaimana penggunaan *mobile money* dapat mempengaruhi preferensi belanja, pengeluaran konsumen serta perubahan perilaku konsumsi sehingga dapat diketahui pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto pengguna *mobile money*,

berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada pengaruh penggunaan *e-money* pada perilaku konsumen, sehingga peneliti mengambil judul “*Analisis Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dari judul “**Analisis Pengaruh Penggunaan *Mobile Money* Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto**” diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto pengguna *mobile money* dalam bertransaksi?
2. Apakah penggunaan *mobile money* dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Menganalisis pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto pengguna *mobile money* dalam bertransaksi
- b. Menguji pengaruh dari penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Praktis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat diketahui pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto didasarkan dari penggunaan *mobile money* sehingga dapat dijadikan bahan referensi oleh beberapa pelaku usaha maupun akademisi untuk menelaah minat konsumsi masyarakat saat ini.

- b. Manfaat Teoritis

Diharapkan mampu memberikan tambahan serta pengembangan wawasan yang membahas mengenai pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Penggunaan Mobile Money

###### a. Pengertian Mobile Money

*Mobile Money* atau *Mobile Financial Services* (MFS) merupakan istilah yang mengacu pada serangkaian layanan keuangan yang ditawarkan melalui *smarthphone*. *Mobile money* menggambarkan transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan telepon seluler, dimana nilai disimpan secara virtual di rekening yang ditautkan dengan kartu SIM (HFG, 2013). *Mobile money* menjadi suatu layanan keuangan digital yang memerlukan telepon seluler untuk mengaksesnya (GSMA, 2010).

Adapun istilah lain yang sering digunakan dalam kaitannya dengan *Mobile Financial Services* terdapat (Firpo, 2009):

- 1) *Electronic Wallet* atau *E-Wallet*, istilah lain dari dompet digital merupakan suatu layanan yang mengacu pada uang tunai yang disimpan di kartu, telepon atau perangkat elektronik lainnya.
- 2) *Mobile Wallet* atau *M-Wallet*, dompet seluler didefinisikan oleh *Global System' For Mobile Communications* (GSMA) ialah penyimpanan yang menampung data konsumen yang cukup untuk memfasilitasi transaksi keuangan melalui aplikasi seluler ke dalam pesan yang dapat digunakan lembaga keuangan untuk mendebetkan atau mengkreditkan rekening bank atau instrumen pembayaran.

Ciri khas *mobile money* sendiri yaitu pelanggan bertransaksinya melalui *Mobile Network Operator* (MNO) dan tidak diharuskan memiliki rekening di lembaga keuangan. Perbedaan antara *m-money* dengan *m-banking* terletak pada penyedia layanan utama, prosedur akses dan kerangka peraturan (Ahmad, Green, & Jiang, 2020). *Mobile money* menjadi bagian substansial dari *e-money*, *e-money* merupakan

suatu nilai yang tersimpan di rekening pengguna, agen serta layanan *mobile money* sedangkan *mobile money* ialah layanan transaksi keuangan yang digunakan melalui telepon seluler (GSMA, 2010). Pada *m-money* transaksi dilakukan menggunakan ponsel yang disetorkan langsung ke dompet seluler pengguna tanpa diharuskan memiliki rekening di lembaga keuangan untuk mengakses *m-money*. Selain sebagai tabungan, *mobile money* juga dapat memfasilitasi transfer uang serta pembayaran tagihan.

*M-Pesa* menjadi salah satu bentuk *m-money* populer di Kenya, dengan layanan yang diberikan yakni transfer dan penerimaan dana dari sesama akun *M-Money* pengguna *M-Pesa* yang terdaftar. Sistemnya pengguna menyetorkan uang tunai ke agen yang mengubahnya menjadi uang elektronik (*E-Money*) dan mengkreditkan hasilnya ke akun virtual atau dompet seluler pelanggan (Ahmad, Green, & Jiang, 2020). *Mobile money* merupakan layanan yang menyediakan akses untuk menyetor, menyimpan, mentransfer serta menarik uang tanpa rekening bank (Greenarce, 2020).

#### **b. Jenis-Jenis Mobile Money**

*Mobile Financial Services* (MFS) memiliki tiga jenis utama yaitu transfer uang seluler (*Mobile Money Transfer* atau MMT), pembayaran seluler (*Mobile Payments*) dan perbankan seluler (*Mobile Banking*) (Firpo, 2009) :

- 1) *Mobile Money Transfer* (MMT), ialah suatu layanan untuk mengirimkan uang secara elektronik dari satu individu ke individu lainnya menggunakan ponsel, baik itu transfer domestik maupun internasional.
- 2) *Mobile Payments*, merujuk pada transaksi pembayaran dari individu ke bisnis melalui ponsel, seperti pembayaran untuk pembelian barang secara online atau pembayaran tagihan. Dalam pembayaran tagihan cenderung memerlukan koneksi dengan rekening bank, hal

ini menjadikan *Mobile Payment* sebagai bagian dari *Mobile Banking* (Firpo, 2009).

- 3) *Mobile Banking*, ialah suatu layanan yang diberikan oleh sektor perbankan melalui telepon seluler dimana pengguna diharuskan terkoneksi antara rekening bank dengan ponselnya. Dalam *Mobile Banking*, pengguna dapat mengakses layanan perbankan lainnya termasuk penyetoran, pengambilan uang, transfer rekening, pembayaran tagihan serta cek saldo.

Terdapat jenis transaksi yang dilakukan melalui *mobile money* dapat berupa (HFG, 2013):

- 1) *Person to person* (misalnya mengirim dana ke anggota keluarga)
- 2) *Consumer to business* (misalannya pembayaran tagihan)
- 3) *Business to business* (misalnya pembayaran biaya pasokan)
- 4) *Government to consumer* (misalnya pembayaran kesejahteraan sosial)

Seiring berkembangnya sistem keuangan berbasis telepon seluler, beberapa transaksi berkembang dari transaksi individu yang sederhana hingga mencakup komponen keuangan dan perbankan yang lebih canggih. Adapun jenis *mobile money* yang populer di Indonesia berdasarkan survey yang dilakukan oleh Insight Asia yang bertajuk “*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*” terdapat:

**Tabel 2. 1 Data Mobile Money Populer di Indonesia**

No	.Nama	Tanggal Efektif Operasional	Perusahaan Pendiri
1.	Gopay	29 September 2014	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)
2.	OVO	22 Agustus 2017	PT Visioner Indonesia
3.	Dana	20 Juli 2016	PT Espay Debut Indonesia Koe
4.	Shopeepay	28 November 2018	PT Airpay Internasional Indonesia
5.	Link Aja	22 Februari 2019	PT Fintek Nusantara

Sumber: Bank Indonesia, 2020 dalam Rivani & Rio (2021)

### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Money

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile money* yakni:

#### 1) Perspektif Kemudahan

Davis (1989) menuturkan perspektif kemudahan diidentifikasi bahwa penerapan sistem dilakukan dengan mudah dan terhindar dari kendala. Kemudahan ini akan memicu penggunaan sistem yang efektif dan praktis digunakan pada konsumen yakni semua kalangan masyarakat. Aditya & Mahyuni (2022) menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh pada perilaku pengguna. Jika persepsi konsumen terhadap penggunaan *mobile money* meningkat, maka penggunaan *mobile money* juga akan meningkat. Pavlou (2003) menyatakan jika penerapan *mobile money* mudah, maka konsumen cenderung lebih menerima layanan tersebut. Perspektif kemudahan ini akan mempengaruhi cara konsumen berperilaku ketika melakukan aktivitas konsumsi.

#### 2) Perspektif Manfaat

Davis (1989) mengidentifikasi manfaat sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. Hal ini menjadi dasar bahwa pemanfaatan sistem *mobile money* dapat meningkatkan produktivitas individu. Apabila pengguna *mobile money* merasakan manfaat, maka akan berpeluang pada penerimaan *mobile money* sebagai alat transaksi dan hal ini akan mempengaruhi perilaku konsumen saat bertransaksi.

#### 3) Persepsi Risiko

Suresh & Shashikala (2014) mengidentifikasi risiko sebagai ketidakpastian dalam memprediksi konsekuensi dari keputusan penggunaan. Dalam penggunaan *mobile money*, risiko dapat muncul seperti pada keamanan saat bertransaksi. Wu et al (2020) mengungkapkan bahwa persepsi risiko yang lebih rendah terkait



dengan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap layanan *mobile money*, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku konsumen dalam aktivitas transaksi.

#### 4) Faktor Kepercayaan

Dalam transaksi *online*, kepercayaan memiliki peran krusial karena pengguna dapat mengalami tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan transaksi *offline*. Dari kepercayaan dapat membentuk loyalitas konsumen, maka kepercayaan berperan penting dalam membangun hubungan antara konsumen dengan pihak *mobile money*.

#### 5) Persepsi Keamanan

Flavian & Guinaliu (2014) keamanan diidentifikasi sebagai kemampuan dalam mengawasi serta melindungi kerahasiaan data pengguna *mobile money*. Banyak masyarakat yang masih enggan menggunakan teknologi finansial karena konsekuensi risiko serta keamanan yang masih rentan (Rusbianti & Canggih, 2023).

### d. Indikator Penggunaan Mobile Money

Berlandaskan teori model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, Morris, Davis dan Davis (2003) disebutkan terdapat dimensi dari penggunaan *mobile money* yakni:

#### 1) Kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Kepuasan pengguna terjadi ketika seseorang menilai kinerja suatu produk (atau hasil) dengan harapannya. Kotler & Keller (2010) menyatakan kepuasan ini dapat menjadi perasaan senang maupun ketidakpuasan. Sementara itu, Wilkie (1990) mengartikan kepuasan sebagai respons emosional terhadap evaluasi konsumen mengenai pengalaman suatu barang atau layanan. Jadi pada dasarnya, kepuasan pengguna ialah kesenjangan antara harapan yang dimiliki pengguna dan kinerja aktual yang dirasakan (Melina & Shafrani, 2022). Doll menyajikan lima elemen dalam menilai kepuasan pengguna akhir terhadap sistem teknologi yang

diberikan penyedia, yakni isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), format (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan ketepatan waktu (*timeliness*) (Aryani, Yusup, & Ilamsyah, 2018).

## 2) *Intention To Use*

Dalam Pangallih (2013) intensitas (*intention*) merujuk pada sikap individu dalam melakukan suatu kegiatan. Widyaprabha (2016) menuturkan bahwa *intention to use* ialah suatu sikap atau perilaku cenderung mengarah pada penggunaan teknologi. Adapun indikator dari *intention to use*, sebagaimana dijelaskan oleh Davis (1989), Gefen *et al* (2003), Venkatesh & Davis (2000), Schierz *et al* (2010) dikutip dari Luna *et al* (2017) mencakup kemungkinan penggunaan, minat untuk menggunakan teknologi baru dalam waktu segera serta keinginan untuk mengadopsi teknologi baru ketika kesempatan muncul (Mardiana, Utomo, & Amaliah, 2022).

## 2. Pola Konsumsi

### a. Pengertian Pola Konsumsi

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi menjadi suatu istilah yang tidak asing. Secara umum konsumsi diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup berupa penggunaan barang dan jasa. Suherman Rosyidi (2009) menyatakan konsumsi atau pengeluaran konsumsi pribadi merupakan pengeluaran rumah tangga berupa barang-barang akhir dan jasa. Pemenuhan kebutuhan hidup akan barang dan jasa ini akan membentuk suatu perilaku konsumsi yang menjadi proses konsumsi. Menurut Schiffman dan Kanuk (1994:7), istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang menunjukkan pencarian, pembelian, menggunakan, evaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang harapannya dapat menjadi pemuas kebutuhan konsumen (Pratama & Yudiana, 2022: 2-3).

Selain itu, perilaku konsumen juga diartikan sebagai pengamatan terhadap pengambilan keputusan, pola pembelian dan kebiasaan yang berkembang di masyarakat secara umum. Pola dan kebiasaan tersebut

dapat berubah sangat dinamis dan dipengaruhi oleh pengetahuan, perilaku dan lingkungan sosial masyarakat tersebut (Indrawati & dkk, 2017: 3). Hal ini diketahui bahwa perilaku konsumsi akan membentuk suatu pola konsumsi individu yang merupakan susunan struktur perilaku konsumsi konsumen.

Pola konsumsi atau bisa disebut pola pengeluaran diartikan sebagai struktur pengeluaran pemakaian barang dan jasa yang dilakukan individu/kelompok guna memenuhi kebutuhan. Dalam Handayani (1994) menuturkan pola konsumsi merujuk pada gambaran informasi mengenai jenis dan jumlah makanan maupun non makanan yang dikonsumsi oleh setiap individu yang menjadi karakteristik suatu kelompok (Pangemanan, Kindangen, & Masinambow, 2021). Pola konsumsi juga dapat dimaknai sebagai respons aktif terhadap lingkungan, alam dan sosial. Selain itu, pola konsumsi merupakan suatu bentuk yang disusun oleh individu sebagai pemenuhan kebutuhan yang mencakup kebutuhan primer, sekunder dan tersier dengan adanya pertimbangan tertentu (Sa'adah, 2023). Hal ini mengungkapkan bahwa semakin meningkatnya kebutuhan seseorang, maka semakin tinggi juga konsumsi individu tersebut.

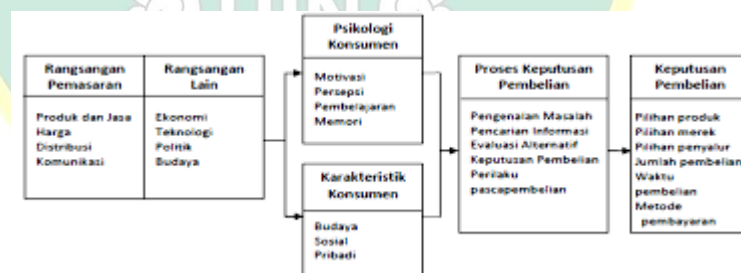
Menurut Mangkosoebroto (2008), pola konsumsi masyarakat tercermin dari pola penerimaan dan pola pengeluaran seseorang, yang umumnya dipengaruhi oleh masa siklus hidupnya (Hanum, 2018). Pengeluaran konsumsi terbagi menjadi dua yakni pengeluaran untuk makanan dan pengeluaran untuk barang dan jasa. Badan Pusat Statistik (BPS) mengklasifikasi konsumsi pangan terdiri dari padi-padian, kacang-kacangan, sayur-sayuran, buah-buahan, bahan minuman, makanan jadi, ikan, daging, telur dan masih banyak lainnya. Sedangkan konsumsi non pangan seperti bahan bakar, aneka barang dan jasa, biaya pendidikan, kesehatan, pakaian, alas kaki, premi asuransi serta bahan-bahan tahan lama.

## b. Teori Konsumsi

Mankiw (2006) mengartikan konsumsi sebagai suatu kegiatan pembelanjaan barang dan jasa oleh sektor rumah tangga (Basri, 2018). Menurutnya, pembelanjaan mencakup makanan maupun non makanan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Nopirin (1997) menyebutkan bahwa barang konsumsi digolongkan menjadi dua yakni barang konsumsi sekali habis pakai serta barang konsumsi yang digunakan lebih dari sekali pakai.

T. Gilarso (2003) menuturkan jika konsumsi menjadi titik pangkal dan tujuan akhir dari aktivitas perekonomian dengan preferensi konsumen, pengeluaran konsumen serta perilaku konsumsi menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa. Berikut model perilaku konsumen yang diperkenalkan oleh Kotler dan Keller (2016) terkait faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk baik barang atau jasa (Indrawati & dkk, 2017: 4) :

**Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumsi**



Sumber : Kotler (2016) dalam buku Indrawati (2017)

Pada gambar tersebut, diketahui bahwa rangsangan pemasaran dan rangsangan dari luar akan masuk dalam kesadaran pembeli yang akan mempengaruhi karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan sehingga muncul keputusan pembelian tertentu (Pratama & Yudiana, 2022: 48). Dari keputusan pembelian tersebut menyebabkan pengeluaran konsumsi dan suatu perilaku konsumsi. Ernest Engel (1821) berpendapat jika perbandingan antara konsumsi pangan lebih

sedikit pengeluarannya dibandingkan dengan konsumsi non pangan maka dapat dikatakan tingkat kesejahteraan dikatakan membaik. James Duesenberry (1949) menuturkan terdapat dua asumsi tentang teori konsumsi yakni :

- 1) Selera rumah tangga atas barang konsumsi bersifat *interdependen*, yang artinya pengeluaran konsumsi suatu individu dapat dipengaruhi oleh pengeluaran yang dilakukan individu lain atau dikenal sebagai efek demonstrasi. Pengamatan tindakan ini akan mempengaruhi pergeseran pola konsumsi seseorang karena perilaku konsumsi orang lain.
- 2) Pengeluaran konsumsi bersifat *irreversible*, yang artinya pola pengelolaan konsumsi seseorang akan berbeda saat pendapatan orang tersebut mengalami kenaikan maupun penurunan.

Eugene A. Diulio (1993) membagi konsumsi menjadi dua yakni konsumsi rutin dengan konsumsi sementara. Konsumsi rutin merupakan pengeluaran pembelian barang dan jasa secara rutin selama beberapa tahun sedangkan konsumsi sementara merupakan konsumsi tambahan yang tidak direncanakan terhadap konsumsi rutin (Larasati, 2020).

### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

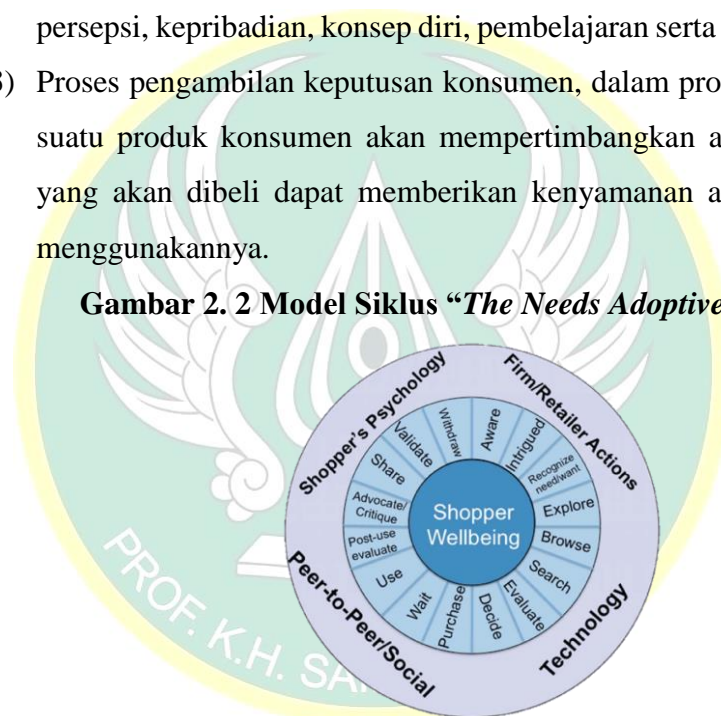
Dalam Baliawati (2004) pola konsumsi diartikan sebagai susunan informasi mengenai jenis, frekuensi serta jumlah dari konsumsi bahan pangan maupun non pangan yang dikonsumsi setiap hari oleh kelompok tertentu (Pangemanan, Kindangen, & Masinambow, 2021). Berbagai macam teori konsumsi seperti teori Hipotesis Pendapatan Absolut oleh Keynes serta teori *Irving Fisher* yang menganalisis bagaimana konsumen memproyeksikan kedepan dan pilihan rasional pada periode waktu yang berbeda dalam berkonsumsi hingga teori Hipotesis Siklus Hidup yang diperkenalkan oleh Modigliani yang menyatakan pengeluaran konsumsi individu bergantung perjalanan umurnya, hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi, temporal serta psikologis saling

berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumsi seseorang (Komalawati, Romdon, & Saidah, 2021).

Menurut Swasta dan Handoko (2000) menuturkan terdapat 3 bagian faktor-faktor perilaku konsumen meliputi (Pratama & Yudiana, 2022: 48):

- 1) Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi kebudayaan, strata sosial, kelompok sosial dan referensi serta lingkungan keluarga
- 2) Faktor individu yang mempengaruhi perilaku meliputi motivasi, persepsi, kepribadian, konsep diri, pembelajaran serta sikap individu
- 3) Proses pengambilan keputusan konsumen, dalam proses pembelian suatu produk konsumen akan mempertimbangkan apakah produk yang akan dibeli dapat memberikan kenyamanan atau tidak saat menggunakannya.

**Gambar 2. 2 Model Siklus “The Needs Adoptive Shopper”**



Sumber: Leonard Lee, et.al (2018)

Pada teori model siklus “The Needs Adoptive Shopper” (Leonard Lee, 2018) mengungkapkan adanya beberapa aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja yakni :

- 1) Psikologis konsumen, saat melakukan pembelian konsumen didorong oleh tujuan spesifik mereka yang dipengaruhi oleh kondisi psikologis konsumen.
- 2) Tindakan perusahaan/retailer, contohnya suatu perusahaan memberikan variasi diskon agar dapat mempengaruhi perilaku

konsumen hingga menyajikan *tester food* sebelum pembelian dalam skala besar

- 3) *Peer-to-peer*/sosial, sebagai pendukung konsumen saat berbelanja bisa berupa teman atau bahkan staf dari perusahaan yang memberikan bantuan
- 4) Teknologi, teknologi berperan besar dalam memberikan transformasi signifikan dalam gaya berbelanja konsumen, tidak hanya dengan menyediakan layanan berbelanja daring (online) saja, namun juga menghadirkan pengalaman berbelanja yang melibatkan penggunaan ponsel untuk berbelanja. Ini memungkinkan konsumen menjadi lebih responsive terhadap kebutuhan mereka, personalisasi dalam proses berbelanja dan sebagainya.

Selain itu, pada model perilaku konsumen yang diperkenalkan Kotler dan Keller (2016) pada gambar 2.1. memperlihatkan bahwa salah satu dorongan dari luar dalam stimulus pemasaran ialah teknologi. Dalam hal ini teknologi mempengaruhi strategi pemasar dalam membujuk konsumen dalam hal selera, gaya hidup dan pola konsumsi. Semakin pesatnya kemajuan teknologi akan memberikan dampak pada perilaku konsumen karena kebutuhan dan keinginan akan semakin meningkat baik secara kuantitas maupun kualitas (Sangadsanaji & Sopiah, 2013).

Ujang Sumarwan melalui bukunya yang berjudul “Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran” menuturkan kemajuan teknologi memiliki dampak penggada yang berarti bahwa perkembangan di bidang teknologi juga memicu kemajuan disektor lain, termasuk sistem pembayaran (Afiyah, 2020). Dengan sistem pembayaran ini, proses transaksi akan mudah, cepat dan akurat sehingga memudahkan mobilisasi aktivitas masyarakat. Ini juga merupakan faktor yang dapat mengubah pola perilaku konsumen dengan meningkatkan kebutuhan dan keinginan mereka, baik dalam hal kualitas maupun

kuantitas sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang terus berkembang.

#### d. Indikator Pola Konsumsi

Menurut Prasetyo (2013:108) mengungkapkan terdapat indikator pola konsumsi meliputi:

- 1) Efisiensi konsumsi: Pemenuhan kebutuhan sesuai dengan tingkat kebutuhan yang ada, menerapkan prinsip-prinsip ekonomi dalam berkonsumsi, tingkat pengeluaran untuk berkonsumsi dan ragam barang dan jasa yang dikonsumsi
- 2) Motif konsumsi: Pengaruh lingkungan sosial terhadap aktivitas berkonsumsi, keterkaitan dengan iklan, dorongan menabung dan motif yang mendasari berkonsumsi.

#### B. Landasan Teologis

Menurut Basher dan Haque (2019) dalam perspektif Islam, penggunaan *mobile money* dianggap dapat mengakibatkan efisiensi waktu bagi masyarakat, yang pada gilirannya memberikan manfaat dalam mengurangi risiko, meningkatkan hasil kerja serta mengurangi tingkat kemiskinan (Clara S.B., 2023). Penciptaan teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia yakni sebagai upaya manusia untuk mencapai kesempurnaan sebagai hamba dan khalifah Allah, yang diberi kemampuan untuk memanfaatkan segala sesuatu yang diberikan oleh Allah SWT melalui ilmu pengetahuan, sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 31:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْ يُبَيِّنَ بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Artinya: “Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya, kemudian memperlihatkannya kepada para malaikat, seraya berfirman, ”Sebutkan kepada-Ku nama nama (benda) ini jika kamu benar!” Q.S. Al-Baqarah [2]:31 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)



الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ ۗ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ  
هٰذَا بٰطِلًا ۗ سُبْحٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk, atau dalam keadaan berbaring, dan memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia. Maha Suci Engkau. Lindungilah kami dari azab neraka.” Q.S. Āli ‘Imrān [3]:191 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

Dari ayat tersebut, dapat diketahui bahwa dari pengembangan teknologi seharusnya memberikan manfaat. Selain memberikan manfaat, teknologi juga mempermudah kehidupan manusia. Hal ini sejalan dengan ajaran dalam Al-Qur’an pada Q.S Al-A’la’ ayat 8:

وَنُيَسِّرُكَ لِلسَّرِيِّ ۗ

Artinya : “Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan).” Q.S Al-A’la’ [87]:8 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

Berdasarkan ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Islam menjadi agama yang memberikan kemudahan dan tidak memberatkan umatnya termasuk dalam teknologi, selama penggunaannya sesuai dengan prinsip kebenaran, tidak merusak dan tidak melanggar syariat Islam. Menurut tafsir Quraish Shihab, ayat tersebut mencerminkan keyakinan bahwa Tuhan akan menyediakan jalan yang mudah bagi setiap umatnya (Inayah, 2020).

Islam menjadi agama yang telah mengatur umatnya dalam setiap aspek kehidupan, termasuk masalah konsumsi. Dalam Islam, aspek masalah menjadi tujuan utama dalam konsumsi sesuai dengan tujuan syariah (*maqashid syariah*) yakni kebermanfaatan di dunia maupun di akhirat. Pada teori konvensional, premis dasar yang digunakan ialah sumber daya alam terbatas dengan keinginan manusia yang tidak terbatas, hal ini menjadi dasar dari konsep konsumerisme dan kepemilikan. Salleh (2002) menuturkan bahwa dengan menggunakan uang, konsumsi yang dilakukan akan mencapai utilitas konsumen serta kepuasan

konsumerisme (Pratama & Yudiana, 2022: 31). Berbeda dengan teori ekonomi Islam, dalam aktivitas konsumsi harus memperhatikan kaidah ajaran Islam seperti mengonsumsi, menyimpan, mengelola dan memiliki barang dan jasa dengan cara halal lagi baik.

Abdul Ghofur (2017) menyatakan terdapat beberapa titik tekan dalam konsumsi, yakni (1) konsumsi diarahkan pada aspek masalah, (2) dalam Islam dilarang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (*Israf*), serta (3) harus memperhatikan aspek zakat, infak dan shadaqah sebagai bagian dari berkonsumsi (Sari, 2019). Allah SWT telah memberikan pedoman mengenai konsumsi, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Allah SWT menganjurkan agar kita menggunakan barang dan jasa yang baik, halal serta bermanfaat dan melarang perilaku boros atau berlebihan (*Israf*) yang dinyatakan dalam surat Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh nyata” Q.S. Al-Baqarah [2]:168 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017).

Pola konsumsi diartikan sebagai gambaran struktur pengeluaran konsumsi individu pada periode tertentu yang memiliki karakteristik tersendiri, pengeluaran ini dilakukan guna memenuhi kebutuhan seperti kebutuhan primer, sekunder hingga tersier. Pada konsumsi Islam, Al-Syatibi mengungkapkan kemaslahatan dapat tercapai jika memenuhi lima unsur pokok yaitu agama (*ad-din*) atau pemenuhan kebutuhan pada hal ibadah, jiwa (*an-nafsi*) atau pemenuhan kebutuhan diri/jiwa, akal (*al-aql*) pemenuhan akan logika dan pengetahuan, keturunan (*an-nasl*) atau pemenuhan kebutuhan akan keturunan dan harta (*al-mal*) pemenuhan akan harta beda. Dari kelima unsur tersebut dibagi menjadi tiga kepentingan yakni (Adriana, 2023):

1. *Dharuriyat* (utama/dasar), ialah kehidupan akan terancam jik kebutuhan dasar tidak terpenuhi seperti makanan-minuman, sandang, kesehatan dan pendidikan.
2. *Hajiyat* (sekunder), ialah kebutuhan yang seharusnya terpenuhi bila tidak tercukupi akan timbul kesulitan.
3. *Tahsiniyat* (tersier/pelengkap), ialah kebutuhan pelengkap yang muncul setelah kebutuhan dasar dan sekunder terpenuhi.

Dalam mengonsumsi sesuatu hendaknya individu memperhatikan etika dalam mengonsumsi, hal ini terdapat pada Islam yang telah mengatur segala segi kehidupan termasuk konsumsi. Beberapa norma dan etika dalam mengonsumsi yaitu (Dr. Rozalinda, 2017):

1. Keseimbangan dalam konsumsi

Konsep keseimbangan mencerminkan sikap keadilan dalam mengonsumsi. Individu diharapkan mampu membedakan mana konsumsi akan kebutuhan dan keinginan. Allah SWT melarang hambanya untuk bersikap boros (berlebih-lebihan) dan mewajibkan membelanjakan hartanya untuk kepentingan diri, keluarga dan *fi sabilillah*. Hal ini sesuai dengan Q.S Al-Isra ayat 29 yang berbunyi:

وَلَا يَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya : “*Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal*” Q.S Al-Isrā' [17]:29 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

Dalam tafsir M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa kehidupan yang baik adalah yang tidak berlebihan dalam pengeluaran (boros) dan kikir. Dalam konteks harfiah, perilaku ekstrim kanan (boros) serta ekstrim kiri (pelit) dianggap buruk dan menekankan pentingnya kedermawanan yang moderat. Nabi juga mengajarkan bahwa segala sesuatu yang baik terletak pada keseimbangan dalam segala hal (Shihab, 2002:75).

## 2. Membelanjakan harta secara halal dan dengan cara baik

Islam senantiasa memberikan kebebasan bagi setiap individu dalam membelanjakan hartanya. Kebebasan disini diartikan individu harus mengetahui dan tidak melanggar batas suci serta tidak merusak kesejahteraan masyarakat dan negara. Dalam Al-Qur'an berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَأَتُوا اللَّهَ الَّذِي ۖ أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman” Q.S Al-Mā'idah [5]:88 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

## 3. Dilarang melakukan *Israf* (boros) dan *Tabzir* (sia-sia)

Terdapat tiga cara dalam menjelaskan *israf* menurut Afzalur Rahman (1985) yakni *israf* terjadi ketika seseorang menghamburkan harta untuk perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT, *israf* mencakup pengeluaran berlebihan tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial, serta *israf* terkait dengan pengeluaran yang dilakukan untuk pamer atau kesenangan pribadi. Sikap *israf* ini akan berakhir menjadi *tabzir* atau pemborosan (Hamdi, 2022). Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِجَتَكَ ۙ اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan” Q.S Al-A‘rāf [7]:31 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2017)

Pola konsumsi dalam Islam tidak mengakui materialisme seperti yang dilakukan oleh ekonomi konvensional yang hanya fokus pada kepuasan duniawi semata. Islam mengatur konsumsi dengan pengendalian diri yang berlandaskan pada nilai-nilai keadilan, kebersihan, kesederhanaan,

kemurahan hari dan moralitas dengan tujuan utama mencari ridha Allah SWT. Pendekatan konsumsi ini yang dapat mencegah sifat tamak dari manusia.

### C. Penelitian Terdahulu

Wan Maharani dan Arif Darmawan (2020) dengan judul “Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan *E-Money* Berbasis Aplikasi”. Dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa masih rendahnya pergeseran pola konsumsi masyarakat Kota Batam hal ini dikarenakan masih minimnya pengguna *e-money* berbasis aplikasi di daerah tersebut. Aplikasi Dana menjadi aplikasi andalan masyarakat Batam serta generasi milenial menduduki generasi yang melakukan pengeluaran konsumsi yang cukup tinggi.

Chandra Warsito, Iin Solikhin, Nida Umi Farhah, Ahmad Suganda & Amin Khaerudin (2020) dengan judul “*Muslim Consumer Satisfaction on Consumer Purchase Decision of Application Based Online Motorcycle Taxi*”. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga, produk, pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian namun variabel *gender* bukan menjadi dasar keputusan pembelian konsumen muslim pada layanan transportasi online.

Sulasih, Wiwiek Rabiatal Adawiyah & Pramono Hari Adi (2021) dengan judul penelitian “*Model Theory Of Planned Behaviour* Dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi Pada Strategi Pemasaran” dengan hasil penelitian bahwa variabel *attitude* dan *knowledge* memiliki pengaruh pada perilaku konsumsi jamu masyarakat Banyumas, akan tetapi variabel *subyektif norm* tidak memiliki pengaruh terhadap konsumsi jamu pada masyarakat Banyumas.

Naerul Edwin Kiki Aprianto (2021) pada penelitiannya dengan judul “Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis” dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan transformasi pada kehidupan manusia, salah satunya ialah pada bentuk perdagangan seperti hadirnya *e-commerce* yang memudahkan masyarakat dalam berbelanja secara online terlebih pada saat wabah covid-19 melanda.

Mita Tantrinesia, Lois Fransa Amelia & Hafizh Agil Sidarwarya (2023) dengan judul “Pengaruh *M-Banking* Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya”. Dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa penggunaan *m-banking* memberikan pengaruh signifikan terhadap pola belanja masyarakat Surabaya dengan mempermudah akses masyarakat terhadap layanan perbankan serta mengubah cara mereka berbelanja yang beralih pada belanja secara online.

Meyta Amelia Rusbianti & Clarashinta Canggih (2023) dengan judul “*E-Wallet* dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya)”. Dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya, namun kepercayaan pengguna dan persepsi keamanan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya dengan implikasi dari hasil penelitian yakni diharapkan perusahaan penerbit *e-wallet* memberikan sosialisasi terkait jaminan keamanan dan risiko dengan menarik seperti iklan sehingga memberikan konsumen keyakinan dalam menggunakan *e-wallet* dalam melakukan transaksi pembayaran.

Elizabeth Fiesta C (2023) dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Mobile Money* Terhadap Inklusi Keuangan Pada Usia Produktif di Kabupaten Gunung Kidul dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa penggunaan *mobile money* secara positif signifikan mempengaruhi inklusi keuangan di Kabupaten Gunung Kidul.

Aghnisha Veny Mourizka & Ria (2023) dengan judul “Pola Konsumsi Generasi Z Pengguna *E-Wallet* di Kota Bandung”. Dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa pola konsumsi generasi Z di Bandung dikeluarkan untuk konsumsi makanan, pakaian dan transportasi berdasarkan penggunaan *e-wallet*. Kemudahan dan promosi menjadi alasan generasi z kota Bandung menggunakan *e-wallet* dengan faktor gaya hidup menentukan pola konsumsi generasi z dalam menggunakan *e-wallet*.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Judul & Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	<p>Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan E-Money Berbasis Aplikasi</p> <p>(Wan Maharani &amp; Arif Darmawan, 2020)</p>	<p>Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa Aplikasi Dana menjadi <i>e-money</i> andalan masyarakat Kota Batam, dimana generasi milenial menjadi kelompok usia dengan tingkat pengeluaran konsumsi tertinggi. Pola konsumsi masyarakat Batam pengguna <i>e-money</i> masih mengalami sedikit perubahan hal ini dibuktikan dengan beberapa jenis konsumsi yang tergolong rendah. Sistem pembayaran <i>e-money</i> berbasis aplikasi masih belum menjadi pilihan utama masyarakat Kota Batam.</p>	<p>Pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif eksplanatif berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis kualitatif serta perbedaan lokasi penelitian dengan penelitian ini.</p>
2	<p><i>Muslim Consumer Satisfaction on Consumer Purchase Decision of Application Based Online Motorcycle Taxi</i></p> <p>(Chandra Warsito, Iin Solikhin, Nida Umi Farhah, Ahmad Suganda &amp; Amin Khaerudin, 2020)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara harga, produk, pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan <i>gender</i> bukan merupakan variabel moderator atau keputusan pembelian konsumen muslim</p>	<p>Pada penelitian terdahulu terfokus pada aplikasi taksi motor online serta konsumen muslim dimana pada penelitian tersebut menganalisis terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim</p>

		tidak didasarkan pada perbedaan <i>gender</i> pada layanan transportasi online	pada layanan taksi motor online berbeda dengan penelitian ini yang lebih umum dan tidak terbatas pada aplikasi taksi motor online saja melainkan menganalisis penggunaan <i>mobile money</i> terhadap pola konsumsi secara keseluruhan
3.	Model <i>Theory Of Planned Behaviour</i> Dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi Pada Strategi Pemasaran  (Sulasih, Wiwiek Rabiatul Adawiyah & Pramono Hari Adi, 2021)	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel <i>attitude</i> dan <i>knowledge</i> berpengaruh positif pada perilaku konsumsi jamu masyarakat Banyumas, akan tetapi variabel <i>subyektif norm</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi jamu masyarakat Banyumas	Pada penelitian ini menggunakan variabel independen penggunaan <i>mobile money</i> berbeda dengan penelitian terdahulu yang menggunakan variabel independen <i>attitude</i> , <i>knowledge</i> serta <i>subyektif norm</i> . Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen yang focus pada perilaku konsumsi jamu saja, berbeda dengan penelitian ini menggunakan variabel dependen pola konsumsi dengan cakupan perilaku konsumen yang lebih luas
4.	Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis	Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi	Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif serta memiliki fokus



	(Naerul Edwin K.A, 2021)	memberikan transformasi pada kehidupan manusia, salah satunya pada bentuk perdagangan yang memberikan kemudahan pada penggunaannya yakni dengan contoh <i>e-commerce</i> yang sangat berperan signifikan pada saat wabah covid-19 melanda.	penelitian pada peran teknologi dalam bisnis secara umum, sementara pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan fokus penelitian pada penggunaan teknologi pembayaran digital dalam mempengaruhi pola konsumsi konsumen.
5.	Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya  (Mita Tantrinesia, Lois Fransa Amelia & Hafizh Agil Sidarwarya, 2023)	Dari penelitian ini dapat disimpulkan <i>m-banking</i> memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pola belanja masyarakat Surabaya terlebih pada perubahan cara berbelanja. Hasil <i>survey</i> membuktikan lebih dari 80% persen responden menggunakan <i>m-banking</i> untuk pembelian barang dan layanan secara online. Namun, responden menyatakan jika mereka cenderung lebih cermat dalam mengelola keuangan.	Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel independen <i>m-banking</i> sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen <i>mobile money</i>
6.	<i>E-Wallet</i> dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya)	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko penggunaan <i>e-wallet</i> tidak	Pada penelitian terdahulu menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dengan

	(Meyta Amelia Rusbianti & Clarashinta Canggih, 2023)	berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya, namun kepercayaan pengguna dan persepsi keamanan penggunaan <i>e-wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya.	menggunakan teknik analisis SEM-PLS, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan metode analisis kuantitatif eskplanatif dengan menggunakan teknik analisis regresi ordinal
7.	Pengaruh Penggunaan <i>Mobile Money</i> Terhadap Inklusi Keuangan Pada Usia Produktif di Kabupaten Gunung Kidul  (Elizabeth Fiesta C, 2023)	Diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan <i>Mobile Money</i> terhadap inklusi keuangan pada usia produktif di Kabupaten Gunung Kidul	Variabel terikat yang digunakan penelitian terdahulu ialah inklusi keuangan berbeda dengan penelitian ini serta dalam penelitian ini disertai dengan analisis pola konsumsi masyarakat pengguna <i>mobile money</i> . Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini ialah regresi ordinal berbeda dengan teknik analisis data yang digunakan penelitian terdahulu yakni regresi linier sederhana.
8.	Pola Konsumsi Generasi Z Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Bandung  (Aghnisha Veny Mourizka & Ria, 2023)	Pola konsumsi generasi Z dengan <i>E-wallet</i> digunakan untuk keperluan membeli makanan, pakaian serta biaya transaksi dengan	Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif eksplanatif sedangkan penelitian terdahulu

		faktor kemudahan dan promosi menjadi alasan generasi Z Kota Bandung menggunakan <i>E-Wallet</i> sebagai alat pembayaran. Faktor gaya hidup dan kelompok acuan menjadi penentu pola konsumsi generasi Z dalam menggunakan <i>E-Wallet</i> .	menggunakan metode analisis kualitatif serta lokasi penelitian ini di Kota Purwokerto berbeda dengan penelitian terdahulu.
--	--	--	--

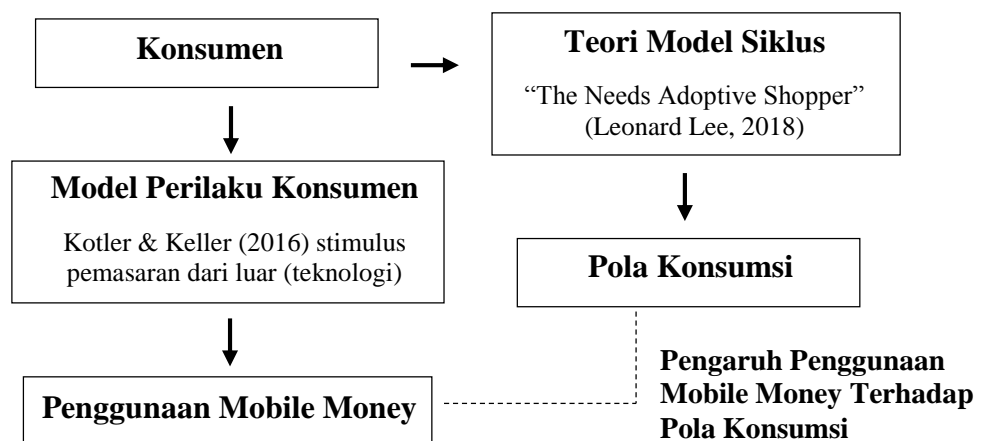
Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, pada penelitian ini dilakukan pengembangan sesuatu yang belum ada pada penelitian sebelumnya dengan tujuan membuktikan pengaruh antar variabel serta menganalisis pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto dari penggunaan *mobile money* yang menjadi pembaharuan dari penelitian sebelumnya.

#### D. Kerangka Berpikir

Uma Sekaran (1992) mengungkapkan kerangka berfikir menjadi suatu model konseptual yang menggambarkan teori terkait dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu-isu penting (Sugiyono, 2013). Untuk penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto”, maka dapat digambarkan pada kerangka konseptual berikut ini :

**Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian**



## E. Hipotesis

Dengan perkembangan *mobile money* telah menciptakan potensi baru dalam mengubah pola konsumsi individu. *Mobile money* mampu memberikan akses yang mudah serta efisien sehingga dapat melakukan transaksi keuangan dimana saja dan kapan saja. Hal ini dapat mendorong pola konsumsi yang mengarah pada impulsif dimana individu menjadi rentan untuk menghabiskan uangnya untuk konsumsi barang atau layanan yang tidak direncanakan sebelumnya. Seperti pada penelitian (Hilmi & Giswandhani, 2022) membuktikan bahwa kemudahan bertransaksi menggunakan *mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, khususnya di perkotaan

Penggunaan *mobile money* juga dapat mempengaruhi prioritas konsumsi individu. Hal ini sejalan dengan penelitian (Jiang, 2022) yang membuktikan bahwa konsumen yang menggunakan pembayaran seluler cenderung mengeluarkan lebih banyak uang dan barang dibandingkan dengan konsumen yang menggunakan uang tunai. Selain itu penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian dari (Masino & Nino Zarazua, 2018) bahwa penggunaan *mobile money* secara positif berkorelasi dengan konsumsi makanan, pendidikan dan kesehatan serta *mobile money* dapat mempengaruhi prioritas konsumen individu dengan mengeluarkan uangnya pada sektor-sektor konsumsi tertentu.

Menurut teori model siklus “*The Needs Adoptive Shopper*” yang diperkenalkan oleh Leonaard Lee (2018) mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan pola perilaku konsumen salah satunya ialah teknologi. Teknologi memainkan peranan yang signifikan dalam merubah kegiatan perekonomian individu mulai dari cara berbelanja hingga dalam pembayaran transaksi. Penggunaan *mobile money* ini dapat menjadi pengaruh pergeseran pola konsumsi individu karena berbagai faktor seperti kemudahan dan keefisienan.

Berlandaskan penelitian yang dilakukan diatas serta teori yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto. Dengan keterangan hipotesis alternatif (Ha) menyatakan hubungan signifikan variabel bebas

dengan variabel terikat serta hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan tidak ada hubungan signifikan variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut hipotesis yang diajukan:

**$H_0$  : Tidak ada pengaruh penggunaan Mobile Money terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto**

**$H_a$  : Terdapat pengaruh penggunaan Mobile Money terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Pendekatan ini digunakan untuk menguji teori-teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel dari data berbentuk angka serta dianalisis secara prosedur statistika. Penelitian kuantitatif eksplanatif menggunakan pendekatan korelasi (*correlational research*) (Sugiyono, 2015). Selain itu, pada penelitian ini menerapkan metode *survey* yakni penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan yang sistematis dan terstruktur terhadap banyak orang. Pada metode ini dilakukan pencatatan, pengolahan serta penganalisan dari data yang diperoleh dari berbagai wilayah tertentu secara ilmiah melalui kuesioner dan wawancara (Yuliana & Azib, 2021).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang peneliti kunjungi untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini ialah wilayah Kota Purwokerto. Dari Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas terkait Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) Kawasan Perkotaan Purwokerto, wilayah Kota Purwokerto terdiri dari 11 kecamatan yang masuk yakni Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Timur, Purwokerto Barat, Patikraja, Karanglewas, Kedungbanteng, Baturraden, Sumbang, Kembaran dan Sokaraja.

##### **2. Waktu Penelitian**

Dengan waktu penelitian dilakukan dari bulan Desember 2023 hingga Februari 2024.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Secara sederhana, populasi diartikan sebagai keseluruhan obyek/subyek yang akan diteliti. Sugiyono (2013) menuturkan populasi merujuk pada area generalisasi yang mencakup obyek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi yang digunakan ialah masyarakat Kota Purwokerto baik yang berpenduduk asli maupun domisili dengan diperoleh jumlah penduduk 686.558 (BPS diolah, 2023).

**Tabel 3. 1 Data Jumlah Penduduk Kota Purwokerto**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Penduduk
1.	Karanglewas	68.467
2.	Kedungbanteng	63.201
3.	Baturaden	54.092
4.	Sumbang	95.916
5.	Kembaran	82.592
6.	Sokaraja	90.525
7.	Patikraja	61.998
8.	Purwokerto Selatan	73.053
9.	Purwokerto Barat	53.349
10.	Purwokerto Timur	55.270
11	Purwokerto Utara	50.093
<b>TOTAL</b>		<b>686.558</b>

*Sumber: BPS (2023) diolah*

### 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dari populasi harus benar-benar representative, mencerminkan dengan baik sifat populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan ialah seluruh masyarakat Kota Purwokerto dengan jumlah penduduk 686.558 maka untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{686.558}{1+686.558 (0,05)^2}$$

$$n = 399,76 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Keterangan :

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : *Margin of error* atau batas kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi ditetapkan 5% atau 0,05

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui jumlah sampel minimal sebesar 400 orang warga Kota Purwokerto.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggabungkan penggunaan *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan penelitian ini yakni *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk mewakili populasi. Kriteria yang dijadikan acuan dalam penelitian ini mencakup:

- a. Memiliki *mobile money*
- b. Pernah menggunakan *mobile money* dan melakukan transaksi pembayaran melalui *mobile money*

Sementara itu, teknik *probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel secara acak. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan cara *Proportionate Stratified Random Sampling*. Metode ini diterapkan ketika populasi memiliki elemen-elemen yang tidak berstrata sama dan terstruktur secara proporsional (Sugiyono, 2013), berikut rumus yang digunakan:

$$n_x = \frac{N_x}{N} \times n$$



Keterangan :

$n_x$  : Ukuran sampel pada daerah x atau daerah yang terpilih menjadi sampling

$N_x$  : Jumlah populasi pada daerah x atau daerah yang akan menjadi sampel

$N$  : Jumlah total populasi semua daerah yang terpilih menjadi sampel

$n$  : Ukuran sampel secara keseluruhan

Berikut tabel rincian daerah yang akan dijadikan sampel beserta jumlah penduduknya:

**Tabel 3. 2 Sampel Penelitian**

<b>Nama Kecamatan</b>	<b>Jumlah Populasi</b>	<b>Penarikan Sampel</b>	<b>Besarnya Sampel</b>
Karanglewas	68.467	$\frac{68.467 \times 400}{686.558}$	39
Kedungbanteng	63.201	$\frac{63.201 \times 400}{686.558}$	36
Baturaden	54.092	$\frac{54.092 \times 400}{686.558}$	31
Sumbang	95.916	$\frac{95.916 \times 400}{686.558}$	55
Kembaran	82.592	$\frac{82.592 \times 400}{686.558}$	48
Sokaraja	90.525	$\frac{90.525 \times 400}{686.558}$	52
Patikraja	61.998	$\frac{61.998 \times 400}{686.558}$	35
Purwokerto Selatan	73.053	$\frac{73.053 \times 400}{686.558}$	42

Purwokerto Barat	53.349	$\frac{53.349 \times 400}{686.558}$	32
Purwokerto Timur	55.270	$\frac{55.270 \times 400}{686.558}$	34
Purwokerto Utara	50.093	$\frac{50.093 \times 400}{686.558}$	31
<b>TOTAL</b>	<b>686.558</b>		<b>435</b>

*Sumber: Data Sekunder diolah*

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, dapat diketahui sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah 435 sesuai dengan besaran sampel masing-masing daerah.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### **1. Variabel Penelitian**

Terdapat dua variabel pada penelitian ini yakni:

##### a. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang diukur atau diamati untuk melihat pengaruh yang terjadi oleh variabel bebas dalam penelitian. Variabel terikat pada penelitian ini yakni pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto.

##### b. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini ialah penggunaan *mobile money* pada masyarakat Kota Purwokerto.

## 2. Indikator Penelitian

**Tabel 3. 3 Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Penggunaan Mobile Money (X)	<i>Mobile money</i> merupakan layanan yang menyediakan akses untuk menyetor, menyimpan, mentransfer serta menarik uang tanpa rekening bank (Greenarce, 2020).	a. <i>Intention To Use</i> b. Kepuasan Pengguna  (Venkatesh <i>et al</i> , 2003)
2.	Pola Konsumsi (Y)	Pola konsumsi ialah Berbagai informasi yang memberi gambaran mengenai macam dan jumlah barang konsumsi yang dikonsumsi sehari-hari (Lie Guan Hong, 2004)	a. Efisiensi konsumsi (pemenuhan kebutuhan sesuai tingkat kebutuhan yang ada, menerapkan prinsip ekonomi dalam berkonsumsi, tingkat pengeluaran dikeluarkan untuk konsumsi, serta ragam barang dan jasa yang dikonsumsi) b. Motif konsumsi (pengaruh lingkungan dan sosial dalam aktivitas konsumsi, keterkaitan dengan iklan, dorongan menabung, serta motif berkonsumsi)  (Prasetyo, 2013: 108)

Sumber: Data Sekunder yang diolah

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berisikan jawaban dari pertanyaan maupun pernyataan langsung dari respon sebagai data penelitian (Sugiyono, 2013).

#### 2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dari berbagai literatur keilmuan yang relevan dengan penelitian sebagai penunjang data yang dibutuhkan serta berguna dalam penyusunan penelitian.

#### 3. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk mengetahui informasi mendalam terkait responden dengan jumlah responden yang sedikit. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur (Sugiyono, 2013).

### **F. Sumber Data**

Penulis penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer ialah data yang diambil secara langsung dari sumber data (Sugiyono, 2013). Data primer pada penelitian ini bersumber dari kuesioner yang diisi oleh responden.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh secara tidak langsung seperti melalui dokumen (Sugiyono, 2013). Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari penelitian sebelumnya.

### **G. Skala Pengukuran Data**

Berdasarkan jenis skala pengukuran data, data kuantitatif dikelompokkan dalam empat jenis yakni skala nominal, ordinal, rasio serta interval. Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala nominal, skala interval dan ordinal. Skala nominal memiliki karakteristik tidak melakukan pengukuran tetapi lebih pada mengelompokkan tanpa adanya

jarak atau urutan (Isna & Warto, 2013), pada penelitian ini digunakan pada pertanyaan mengenai jenis kelamin, jenis pekerjaan, jenis *mobile money* yang digunakan.

Skala ordinal memiliki karakteristik bersifat kategorikal serta memiliki tingkatan (rendah ke tinggi) (Isna & Warto, 2013), digunakan pada pertanyaan yang berkaitan dengan usia, frekuensi penggunaan *mobile money*, tingkat penghasilan per bulan serta rata-rata pengeluaran dalam penggunaan *mobile money*. Skala interval memiliki karakteristik mengurutkan berdasarkan suatu atribut, ada informasi tentang interval serta tidak memiliki nilai 0 (nol) absolut atau masih memiliki arti atau nilai (Isna & Warto, 2013), digunakan untuk pertanyaan terkait sikap individu terkait penggunaan *mobile money* serta mengukur perilaku konsumsi individu yang membentuk pola konsumsi.

Pada penelitian ini skala pengukuran instrumen data yang digunakan ialah skala likert. Skala likert digunakan sebagai bentuk penilaian dari data yang diperoleh dari kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok terkait fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel akan dijabarkan menjadi indikator variabel serta akan dijadikan tolak ukur penyusunan item instrumen pertanyaan dan pernyataan (Sugiyono, 2013), sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Pembobotan Nilai Untuk Jawaban Responden**

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---------------

Keterangan:

- |        |                       |               |
|--------|-----------------------|---------------|
| 1. STS | : Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |
| 2. TS  | : Tidak Setuju        | diberi skor 2 |
| 3. N   | : Netral              | diberi skor 3 |
| 4. ST  | : Setuju              | diberi skor 4 |
| 5. SS  | : Sangat Setuju       | diberi skor 5 |

## H. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif untuk menganalisis terkait hubungan sebab akibat atau hubungan fungsional variabel X yakni penggunaan *mobile money* terhadap variabel Y yaitu pola konsumsi.

### 1. Uji Instrumen

Uji ini berfungsi untuk mengukur data yang akan dianalisis. Adapun yang dilakukan dalam uji instrumen yaitu:

#### a. Uji Validitas

Dalam uji validitas diketahui bahwa keabsahan kuesioner dapat dijadikan sebagai bahan dalam penelitian. Kuesioner dapat dikatakan valid ketika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $\alpha: 0,05; n: 2$ ) dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dikatakan indikator pada kuesioner tidak valid (Isna & Wardo, 2013).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur terkait konsistensi jawaban responden dalam kuesioner dalam menjawab item instrumen yang diberikan. Untuk menilai reliabilitas suatu instrumen, dilakukan dengan membandingkan nilai *alpha Cronbach* dengan  $r_{tabel}$ . Jika koefisien  $alpha > r_{tabel}$  ( $n-2; \alpha. 0,05$ ) dikatakan instrumen reliabel dan sebaliknya jika koefisien  $alpha < r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Isna & Wardo, 2013)

### 2. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Statistik Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan dengan cara mengumpulkan angka, menabelkan angka, menggambarkan angka, mengolah dan menganalisis angka tersebut serta menginterpretasikan dalam bentuk penafsiran dengan mengambil kesimpulan (Silvia, 2021). Dalam statistik deskriptif dapat dilakukan untuk mencari kuatnya

hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan data sampel atau populasi (Sugiyono, 2013).

b. Statistik Inferensial

Statistik *inferensial* atau sering juga disebut sebagai statistik *induktif* atau statistik *probabilitas* merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk melakukan analisis data sampel dan mengeneralisasikan hasilnya untuk populasi (Sugiyono, 2013). Statistik *inferensial* digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan serta untuk menentukan apakah terdapat pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto.

1) Uji Korelasi Rank Spearman

Uji ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar dua variabel. Uji ini tergolong pengujian non parametric dengan bentuk data ordinal serta data yang digunakan bias tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2009). Adapun berikut rumus koefisien korelasi Spearman:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum bi^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

$\rho$  : koefisien korelasi Spearman

$bi$  : menunjukkan perbedaan setiap pasang rank

$n$  : menunjukkan jumlah pasangan rank

Dengan kriteria pengambilan keputusan adalah  $H_0$  diterima apabila nilai *sign.* (2-tailed)  $\geq \alpha$  (0,05) dan  $H_0$  ditolak apabila nilai *sign.* (2-tailed)  $\leq \alpha$  (0,05).

2) Regresi Ordinal

Regresi ordinal atau regresi logistik ordinal ialah alat analisis statistic yang digunakan untuk membuat model hubungan antara variabel dependen yang berskala ordinal. Skala ordinal ialah

skala pengukuran data berupa tingkatan atau peringkat sedangkan variabel independen dapat berupa *covariate* (jika skala interval atau rasio) dan *factor* (jika skala nominal atau ordinal) (Djamaris, 2021). Tujuan analisis regresi ordinal ialah mengetahui pengaruh masing-masing koefisien regresi apakah berpengaruh signifikan atau tidak dapat dilihat pada bagian parameter estimates dengan ketentuan jika nilai pada kolom *sign*  $\leq \alpha$  (0,5) yang artinya signifikan (Isna & warto, 2013).





## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Penelitian

##### 1. Latar Belakang *Mobile money*

*Mobile money* atau *M-money* merupakan suatu alat pembayaran digital melalui perangkat seluler yang tidak memerlukan rekening bank dalam melakukan transaksi pembayaran. *Mobile money* banyak diperkenalkan di beberapa negara Afrika sebagai layanan keuangan non bank dalam menyediakan layanan keuangan dasar seperti penyeteroran, penarikan, pengiriman uang dan pembayaran tagihan. *M-Pesa* menjadi model *M-money* negara Kenya yang memberikan pelayanan keuangan dasar bagi masyarakat pedesaan yang tidak memiliki rekening bank. Selain negara Kenya, negara Filipina juga membuat Gcash dan bKash di Bangladesh sebagai bentuk layanan keuangan non pengguna bank. Aker dan Mbiti (2010) menyebutkan, ciri khas dari *mobile money* ialah pengguna hanya bertransaksi melalui MNO dan tidak diharuskan memiliki rekening bank (Ahmad, Green, & Jiang, 2020).

*Mobile money* terbukti menjadi sarana inklusi keuangan khususnya di beberapa daerah di Indonesia, seperti penelitian oleh Clara S.B (2023) di Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta serta penelitian di Kabupaten Tasikmalaya oleh Edi Sukmadirana, dkk (2021). Sementara *mobile money* di Indonesia dikategorikan sama seperti *mobile wallet* atau *e-wallet*, karena tidak memerlukan rekening bank dalam melakukan transaksi layanan keuangan. Adapun jenis dari *M-money* di Indonesia seperti Shopeepay, Dana, LinkAja, Gopay, Ovo dan masih banyak lainnya yang telah menjadi salah satu opsi pembayaran digital masyarakat. Selain itu, sudah banyak merchant baik online maupun offline, *e-commerce* serta lembaga keuangan yang telah menggunakan *m-money* sebagai metode pembayarannya sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran saat ini.

## 2. Gambaran Umum Kota Purwokerto

### a. Kondisi Geografis

Purwokerto terletak di wilayah barat daya dari provinsi Jawa Tengah yang berada pada garis lintang  $7^{\circ}26'S$  dan garis bujur  $109^{\circ}14'BT$ . Purwokerto telah mengalami perkembangan pesat terlebih didukung dengan posisinya yang strategis dan lingkungan sekitar yang kaya lahan pertanian. Secara geografis, Purwokerto menjadi daerah dengan kategori dataran tinggi karena letaknya berada dibawah kaki gunung tertinggi di Jawa Tengah, yaitu Gunung Slamet. Wilayah ini memiliki berkisar 71-286 m di atas permukaan laut, dengan rata-rata ketinggian sekitar 183,87 m.

Wilayah yang tergolong dataran tinggi menjadikan kota ini memiliki cuaca yang sejuk serta tanah yang subur Purwokerto juga terkenal dengan jalur transportasinya yang strategis karena menjadi jalur perlintasan kereta api Yogyakarta-Jakarta serta jalur penghubung antara jalur selatan dan jalur pantura Jawa Tengah, hal ini menjadikan Kota Purwokerto identik dengan kota jasa. Selain itu, Purwokerto juga memiliki julukan lain seperti kota satria, kota pelajar, kota mendoan, kota pensiunan hingga kota seribu curug dilansir dari Solopos.com (Saputra, 2022).

### b. Kondisi Demografis

Jika mengacu pada data kependudukan tahun 2023, jumlah penduduk wilayah Kota Purwokerto mencapai 686.558 jiwa, hal ini sekitar 33,02 persen dari penduduk Kabupaten Banyumas. Dengan tingkat kepadatan penduduk wilayah Kota Purwokerto setiap kecamatan pada tahun 2022 dari yang tertinggi berkisar 1.050 jiwa per  $km^2$  yakni Kecamatan Kedungbanteng hingga 7.209 jiwa  $km^2$  yakni Kecamatan Purwokerto Barat. Dilansir dari BPS Kabupaten Banyumas, jumlah penduduk menurut kelompok umur sebanyak 1,23 juta jiwa atau sekitar 69% penduduk Kabupaten Banyumas berusia produktif yakni usia 15-64 tahun serta sisanya sebanyak 171.492 ribu jiwa (31%) merupakan

usia tidak produktif serta mayoritas mata pencaharian penduduk Kota Purwokerto ialah pegawai negeri maupun swasta, mengolah makanan, berdagang dengan skala kecil dan besar serta usaha jasa.

**c. Kondisi Pemerintahan**

Purwokerto bukanlah kota otonom melainkan daerah pemerintahan sekaligus ibu kota dari Kabupaten Banyumas. Purwokerto menjadi sentra pemerintahan Kabupaten Banyumas dimana letak kantor pemerintahan seperti kantor bupati, DPRD, hingga beberapa kantor kedinasan seperti dinas pendidikan, dinas perhubungan dan lainnya terletak di kota ini. Menurut Peraturan Daerah Kab. Banyumas No. 6 Tahun 2019, kawasan perkotaan Purwokerto meliputi 11 daerah kecamatan yakni terdiri atas Purwokerto Utara, Purwokerto Timur, Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Patikraja, Karanglewas, Kedungbanteng, Baturaden, Sumbang, Kembaran dan Sokaraja.

Dengan memiliki batas-batas wilayah Kota Purwokerto seperti (1) sebelah utara berbatasan dengan sebagian desa di Kecamatan Kedungbanteng, Kecamatan Baturaden dan Kecamatan Sumbang; (2) sebelah selatan berbatasan dengan Sungai Serayu; (3) sebelah timur berbatasan dengan sebagian desa di Kecamatan Sumbang, Kecamatan Kembaran, Kecamatan Sokaraja dan Kecamatan Patikraja; (4) sebelah barat berbatasan dengan Sungai Mengaji, Sungai Logawa serta Desa Jipang Kecamatan Karanglewas. Kota ini menyediakan berbagai fasilitas umum yang lengkap seperti pusat pendidikan dengan berbagai institusi pendidikan yang ada, pusat pelayanan publik baik pemerintahan maupun swasta, pusat kesehatan masyarakat terdiri dari puskesmas serta rumah sakit, pusat perbelanjaan, moda transportasi dan masih banyak lainnya.

**d. Kondisi Ekonomi**

Kota Purwokerto bukanlah kota industri ataupun perdagangan, namun wilayah ini memiliki pertumbuhan ekonomi yang pesat sebagai kota jasa. Perekonomian Purwokerto sebagian besar digerakan oleh

sektor jasa seperti jasa keuangan, jasa perumahan, jasa perhotelan, perkantoran, moda transportasi serta jasa pengiriman. Selain itu, dikutip dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Banyumas memiliki industri mikro kecil dan menengah (UMKM) berkembang dengan jumlah sekitar 8560 unit yang tersebar serta kota ini terdapat sejumlah pusat aktivitas perekonomian masyarakat yang lengkap seperti *mall*, pasar besar, *living plaza*, pusat olahraga atau gelora hingga obyek wisata. Selain itu, julukan kota pelajar pada kota ini menjadikan aktivitas ekonomi masyarakatnya berkenaan dengan pemenuhan kebutuhan mahasiswa seperti penyewaan kamar kos, jasa *laundry*, *cafe*, warung makan dan lain sebagainya hal ini membuat perekonomian kota Purwokerto tumbuh secara signifikan.

## B. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini populasi yang digunakan ialah masyarakat wilayah kota Purwokerto yang terdiri dari 11 kecamatan dengan sampel yang diambil sebesar 435 responden dengan setiap daerah memiliki sampel yang terbagi sesuai perhitungan *proportionate stratified random sampling*. Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda, berikut karakteristik responden yang terbagi menjadi beberapa kelompok:

### 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel 4.1

**Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	118	27,1%
Perempuan	317	72,9%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah

Dari temuan penelitian, didapatkan responden yang mengisi kuesioner sejumlah 435 responden dengan total 118 atau 27,1% dari laki-laki dan 317 atau 72,9% dari perempuan, hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini ialah perempuan.

## 2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Pada penelitian ini, data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2

**Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia**

<b>Interval Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
< 20 Tahun	55	12,6%
20-30 Tahun	276	63,5%
31-40 Tahun	61	14%
> 40 Tahun	43	9,9%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah*

Berdasarkan hasil dari penelitian, didapatkan responden yang mengisi kuesioner sejumlah 55 orang atau 12,6% dari usia < 20 tahun, 276 orang atau 63,5% dari usia 20-30 tahun, kemudian usia 31-40 tahun sebesar 61 orang atau 14% dari total responden dan usia > 40 tahun sebesar 43 orang atau 9,9% dari total responden keseluruhan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini didominasi kelompok usia 20-30 tahun yang menjadi pengguna terbanyak *mobile money* dalam melakukan aktivitas transaksi pembayaran dengan jumlah responden 276 orang.

## 3. Karakteristik Responden Menurut Daerah Tempat Tinggal

Berdasarkan sampel penelitian, peneliti menggunakan 11 daerah kecamatan di wilayah Kota Purwokerto dengan responden yang terbagi sesuai perhitungan yang disajikan pada tabel 4.3.

**Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal**

<b>Daerah Tempat Tinggal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Karanglewas	39	9%
Kedungbanteng	36	8,3%
Baturaden	31	7,1%
Sumbang	55	12,6%
Kembaran	48	11%
Sokaraja	52	12%
Patikraja	35	8%
Purwokerto Selatan	42	9,7%
Purwokerto Barat	32	7,4%
Purwokerto Timur	34	7,8%
Purwokerto Utara	31	7,1%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa setiap daerah kecamatan memiliki jumlah responden yang bervariasi sesuai dengan perhitungan *proportionate stratified random sampling*. Responden yang bertempat tinggal/domisili di Kec. Karanglewas sebesar 39 orang atau 9% dari total responden, Kec. Kedungbanteng sebesar 36 orang atau 8,3% dari total responden, Kec. Baturaden sebesar 31 orang atau 7,1% dari total responden, Kec. Sumbang sebesar 55 orang atau 12,6% dari total responden, Kec. Kembaran sebesar 48 orang atau 11% dari total responden, Kec. Sokaraja sebesar 52 orang atau 12% dari total responden, Kec Patikraja sebesar 35 orang atau 8% dari total responden.

Sementara itu, responden yang berdomisili/bertempat tinggal di Kec. Purwokerto Selatan sebesar 42 orang atau 9,7% dari total responden, Kec.Purwokerto Barat sebesar 32 orang atau 7,4% dari total responden, kemudian Kec. Purwokerto Timur sebesar 34 orang atau 7,8% dari total responden dan Kec. Purwokerto Utara sebesar 31 orang atau 7,1% dari total

responden. Diantara 11 daerah kecamatan di wilayah Kota Purwokerto, Kecamatan Sumbang menjadi daerah dengan responden terbanyak, hal ini dikarenakan jumlah populasi di Kec. Sumbang yang terbanyak diantara kecamatan lain di wilayah Kota Purwokerto.

#### 4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Informasi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan disajikan pada tabel 4.4

**Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	249	56,7%
Karyawan Swasta	66	15%
Wiraswasta	19	4,3%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	19	4,3%
Pedagang	34	7,7%
Ibu Rumah Tangga	35	8%
Guru	4	0,9%
Pegawai BUMN	2	0,5%
Buruh Harian Lepas	2	0,5%
Apoteker	1	0,2%
<i>Freelancerr</i>	4	0,9%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah*

Berdasarkan hasil penelitian, responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan yang beragam seperti yang disajikan pada tabel 4.4. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 249 orang atau 56,7% dari keseluruhan responden, pekerjaan karyawan swasta sebesar 66 orang atau 15%, dari total responden, pekerjaan wiraswasta sebanyak 19 orang atau 4,3% dari total responden, pekerjaan PNS sebanyak 19 orang atau 4,3% dari keseluruhan jumlah responden, pekerjaan pedagang sebesar 34 orang atau 7,7% dari total responden, kemudian pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 35 atau 8% dari keseluruhan jumlah responden.

Sementara, pekerjaan lainnya seperti Guru sebesar 4 orang atau 0,9% dari total responden, pekerjaan pegawai BUMN sebesar 2 orang atau 0,5% dari total responden, pekerjaan Apoteker sebesar 1 orang atau 0,2% dari total responden serta pekerjaan *freelancer* sebesar 4 orang atau 0,9% dari keseluruhan jumlah responden. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 249 orang.

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Responden pada penelitian ini memiliki beragam pendapatan per bulan berikut distribusi pendapatan per bulan responden yang disajikan pada tabel 4.5

**Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

<b>Pendapatan Per Bulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
< Rp. 1.000.000	177	40,8%
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	136	31,2%
Rp. 2.500.000 - Rp. 3.500.000	71	16,3%
Rp. 3.500.000 - Rp. 5.000.000	37	8,5%
> Rp. 5.000.000	14	3,2%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah*

Pada tabel 4.5 diketahui responden pada penelitian ini memiliki penghasilan per bulan mulai dari kurang dari Rp. 1.000.000 hingga lebih dari Rp. 5.000.000. Responden yang memiliki penghasilan per bulan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 177 orang atau 40,8% dari jumlah keseluruhan responden, responden dengan penghasilan Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.500.000 sebanyak 136 orang atau 31,2% dari jumlah responden, responden dengan penghasilan Rp. 2.500.000 hingga Rp. 3.500.000 sebanyak 71 orang atau 16,3% dari jumlah responden, responden dengan penghasilan Rp. 3.500.000 hingga Rp. 5.000.000 sebanyak 37 orang atau 8,5% dari jumlah responden serta responden dengan penghasilan lebih



dari Rp. 5.000.000 sebanyak 14 orang atau 3,2% dari jumlah keseluruhan responden. Dapat diambil kesimpulan bahwasanya mayoritas responden pada penelitian ini mempunyai penghasilan sebesar < Rp. 1.000.000 per bulannya sebanyak 177 responden.

### C. Hasil Uji Instrumen

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana kuesioner dapat mencerminkan konsep yang akan diukur. Dalam mengukur validitas data, maka diperlukan adanya kesesuaian antara definisi operasional dengan definisi konseptual sehingga data yang akan diukur dapat dikatakan valid. Suatu indikator dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $\alpha: 0,05; n: 2$ ) dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dikatakan indikator tersebut tidak valid (Isna & Warto, 2013).

Untuk uji validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 21 dengan menghasilkan output sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Mobile Money (X)**

No Butir Instrumen	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel ( $\alpha=5\%$ )	Keterangan
X.1	0.778	0,098	VALID
X.2	0.774	0,098	VALID
X.3	0.780	0,098	VALID
X.4	0.747	0,098	VALID
X.5	0.798	0,098	VALID
X.6	0.781	0,098	VALID
X.7	0.820	0,098	VALID
X.8	0.756	0,098	VALID
X.9	0.848	0,098	VALID
X.10	0.755	0,098	VALID
X.11	0.832	0,098	VALID

Sumber: Data olahan SPSS versi 21

Dari hasil output SPSS diatas yang disajikan dalam bentuk tabel, menggambarkan koefisien korelasi atau  $r_{hitung}$  dari setiap item dengan skor total variabel. Pada penelitian ini, item pertanyaan yang digunakan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$  ( $\alpha$ : 0,05 dan  $n-2$ ) atau ( $\alpha$ : 0,05,  $n$ : 433) untuk sampel  $n= 435$  yakni dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,098 dan  $r_{hitung}$  X.1 sebesar 0,778; X.2 sebesar 0,774; X.3 sebesar 0,780; X.4 sebesar 0,747; X.5 sebesar 0,798; X.6 sebesar 0,781; X.7 sebesar 0,820; X.8 sebesar 0,756; X.9 sebesar 0,848; X.10 sebesar 0,755 serta X.11 sebesar 0,832, maka menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $\alpha$  0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa ke-11 item pertanyaan dikatakan valid, artinya data variabel penelitian yang digunakan sebagai objek penelitian ini dapat dianggap akurat karena terdapat kesesuaian data yang terkumpul dengan data lapangan. Dengan demikian, dari segi statistik setiap instrumen pertanyaan kuesioner menggambarkan konsistensi internal pada variabel penggunaan *mobile money*. Item pertanyaan yang mempunyai validitas tertinggi pada variabel penelitian ini ialah butir pertanyaan ke-9 dengan koefisien korelasi 0,848 dan paling rendah ialah butir pertanyaan ke-4 sebesar 0,747.

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Pola Konsumsi (Y)**

No Butir Instrumen	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel ( $\alpha=5\%$ )	Keterangan
Y.1	0.690	0,098	VALID
Y.2	0.683	0,098	VALID
Y.3	0.514	0,098	VALID
Y.4	0.579	0,098	VALID
Y.5	0.697	0,098	VALID
Y.6	0.733	0,098	VALID
Y.7	0.674	0,098	VALID
Y.8	0.770	0,098	VALID
Y.9	0.765	0,098	VALID
Y.10	0.791	0,098	VALID
Y.11	0.558	0,098	VALID
Y.12	0,786	0,098	VALID

Sumber: Data olahan SPSS 21

Dari hasil output SPSS diatas yang disajikan dalam bentuk tabel, menggambarkan koefisien korelasi atau  $r_{hitung}$  dari setiap item dengan skor total variabel. Pada penelitian ini, item pertanyaan yang digunakan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$  ( $\alpha$ : 0,05 dan  $n-2$ ) atau ( $\alpha$ : 0,05,  $n$ : 433) untuk sampel  $n= 435$  yakni dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,098 dan  $r_{hitung}$  Y.1 sebesar 0,690; Y.2 sebesar 0,683; Y.3 sebesar 0,514; Y.4 sebesar 0,579; Y.5 sebesar 0,697; Y.6 sebesar 0,733; Y.7 sebesar 0,674; Y.8 sebesar 0,770; Y.9 sebesar 0,765; Y.10 sebesar 0,791; Y.11 sebesar 0,558 serta Y.12 sebesar 0,786, maka menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $\alpha$ : 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa ke-12 item pertanyaan dikatakan valid, artinya data variabel penelitian yang digunakan pada penelitian sebagai objek penelitian ini dapat dianggap akurat karena terdapat kesesuaian data yang terkumpul dengan data lapangan. Dengan demikian, secara statistik setiap instrumen pertanyaan kuesioner menggambarkan konsistensi internal pada variabel pola konsumsi. Item pertanyaan yang mempunyai validitas tertinggi ialah butir pertanyaan ke-10 dengan koefisien korelasi 0,791 dan paling rendah ialah butir pertanyaan ke-3 sebesar 0,514.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Anchok (dalam Singarimbun dan Effendi, ed., 1989) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan indeks alat ukur kepercayaan atau diandalkan pada data penelitian. Jika sebuah instrumen pengukur digunakan untuk mengukur gejala yang sama dua kali, dan hasil pengukurannya konsisten secara relatif, maka instrumen tersebut dianggap reliabel. Reliabilitas diartikan sebagai konsistensi alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk menilai reliabilitas suatu instrumen, dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai *alpha Cronbach* dengan  $r_{tabel}$ . Jika koefisien *alpha*  $> r_{tabel}$  ( $n-2$ ;  $\alpha$ :0,05) dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dianggap reliabel dan sebaliknya jika koefisien *alpha*  $< r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Isna & Wardo, 2013).

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	r tabel	Keterangan
X	0,938	0,098	Reliabel
Y	0,897	0,098	Reliabel

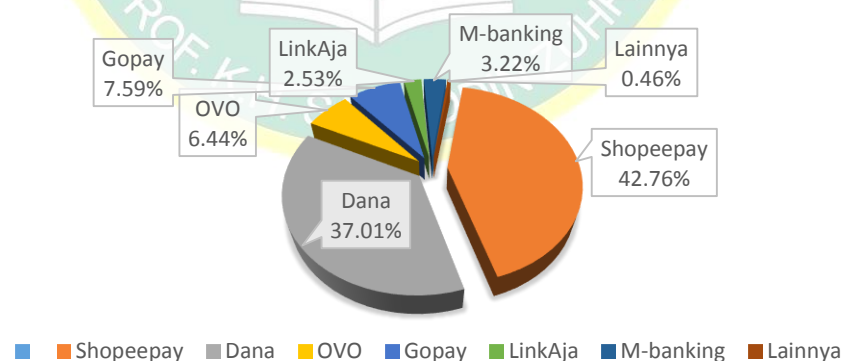
Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dari hasil output SPSS diatas yang disajikan dalam bentuk tabel, terlihat bahwa nilai *Alpha Cronbach* pada variabel penggunaan *mobile money* (X) sebesar 0,0938 serta variabel pola konsumsi (Y) sebesar 0,897. Berdasarkan ketentuan diatas, nilai *Alpha Cronbach* kedua variabel lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $\alpha.0,05$ ;  $n-2$ ) atau *Alpha Cronbach* >  $r_{tabel}$ , hal ini menunjukkan kedua variabel dikatakan reliabel. Artinya, setiap item pertanyaan pada penelitian ini memiliki konsistensi dalam mengukur aspek yang sama atau dengan kata lain apabila item pertanyaan kembali digunakan untuk mengukur variabel yang sama, hasilnya akan cenderung serupa.

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui kuesioner yang disebar, diperoleh hasil mengenai pola konsumsi sebagai berikut:



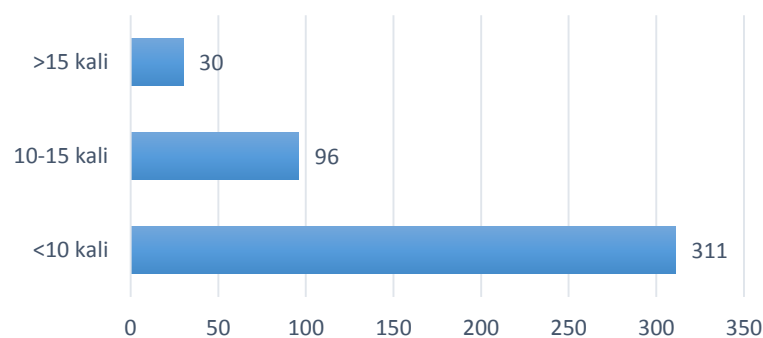
Sumber: Data Primer diolah

### Gambar 4. 1 Diagram Penggunaan M-money Selama 6 Bulan Terakhir

Berdasarkan diagram gambar di atas, dapat diketahui bahwasanya *mobile money* dengan jenis Shopeepay menjadi pilihan terbanyak responden

penelitian ini yakni masyarakat Kota Purwokerto dengan presentase sebesar 42,76% dari keseluruhan responden memilih Shopeepay sebagai alat transaksi pembayaran, kemudian disusul oleh aplikasi DANA yang menduduki peringkat kedua sebesar 37,01% sebagai *mobile money* pilihan masyarakat Kota Purwokerto. Peringkat ketiga diduduki oleh Gopay sebesar 7,59%, peringkat keempat oleh OVO sebesar 6,44%, selanjutnya terdapat LinkAja sebanyak 2,53% serta 3,22% responden penelitian ini masih menggunakan *m-banking* sebagai metode pembayaran dan hanya 0,46% dari total responden penelitian ini melakukan transaksi keuangan lainnya selain menggunakan *m-money*.

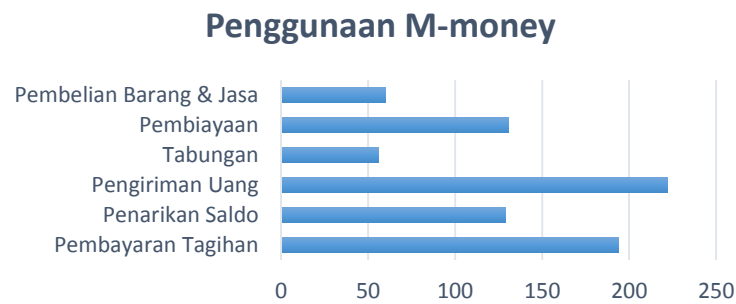
#### Frekuensi Penggunaan M-money



Sumber : Data Primer diolah

#### Gambar 4. 2 Diagram Frekuensi Penggunaan Mobile Money

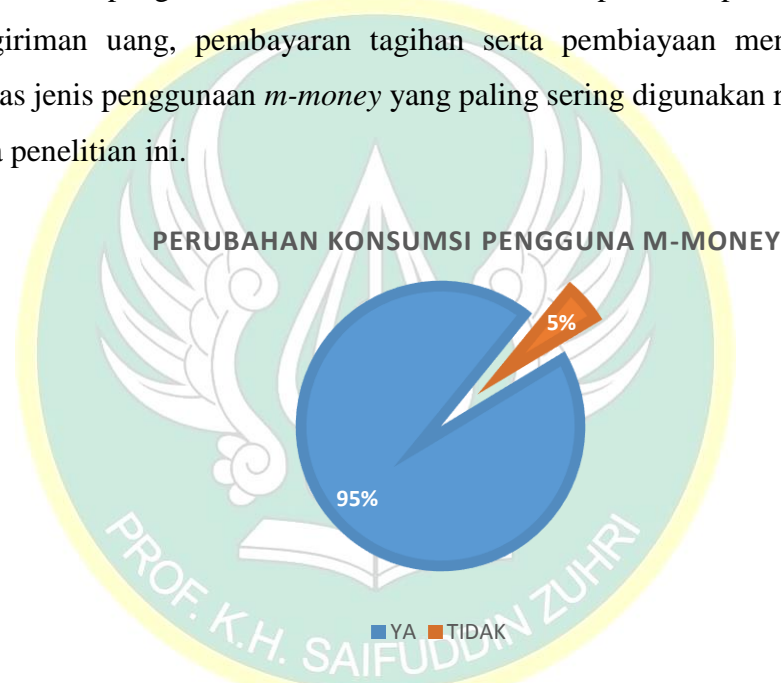
Dari gambar 4.2 dapat diketahui bahwa masyarakat Kota Purwokerto tergolong jarang menggunakan *mobile money* dalam bertransaksi dengan rentang penggunaan <10 kali dalam sebulan. Bisa disimpulkan bahwa di Kota Purwokerto, masyarakat belum sepenuhnya mengadopsi pembayaran melalui *mobile money*. Hal ini membentuk pola konsumsi bahwa responden menganggap *m-money* hanya sebagai salah satu opsi alat pembayaran. Responden tidak menganggap *m-money* sebagai pilihan utama untuk pembayaran sehari-hari, melainkan masih memilih cara pembayaran lain untuk kebutuhan mereka seperti *m-banking*.



Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4. 3 Diagram Penggunaan Mobile Money**

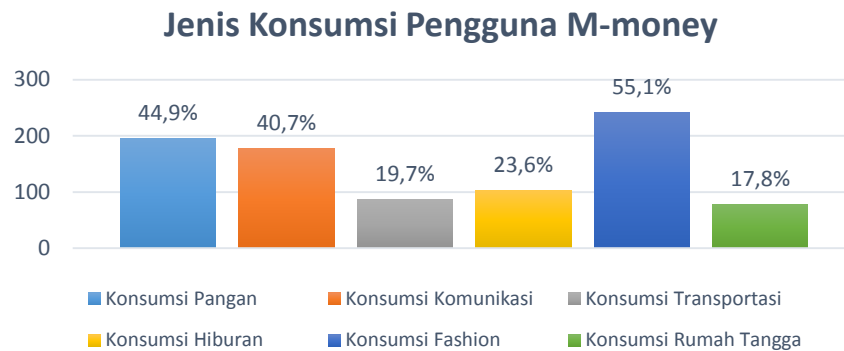
Dari pengolahan data kuesioner diatas, dapat disimpulkan bahwa pengiriman uang, pembayaran tagihan serta pembiayaan menjadi tiga teratas jenis penggunaan *m-money* yang paling sering digunakan responden pada penelitian ini.



Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4. 4 Diagram Perubahan Konsumsi Pengguna M-Money**

Gambar 4.4 memperlihatkan bahwa dari 435 responden sebanyak 413 responden (95%) mengalami perubahan konsumsi baik itu secara tingkat pengeluaran konsumsi maupun jenis konsumsi yang dikeluarkan menggunakan *m-money*. Sebanyak 24 responden (5%) tidak mengalami perubahan pada pola konsumsinya. Adapun jenis pengeluaran konsumsi yang sering menggunakan *m-money* oleh responden penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



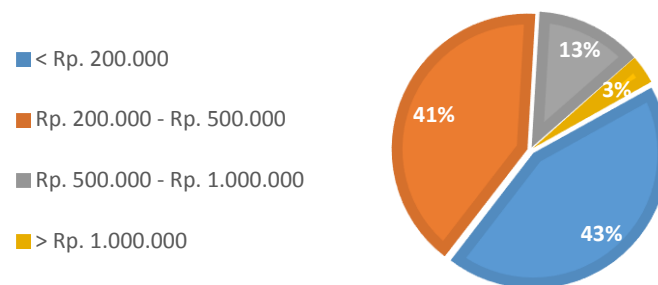
Sumber: Data Primer diolah

#### **Gambar 4. 5 Diagram Jenis Konsumsi Pengguna M-Money**

Dapat dilihat dari diagram diatas bahwa jenis konsumsi yang dikeluarkan mencapai 50% atau lebih dana di *m-money* sebagai alat pembayaran yakni peringkat pertama oleh konsumsi fashion sebesar 55,1% seperti keperluan membeli pakaian, tas, celana, topi dll; peringkat kedua oleh konsumsi pangan sebesar 44,9% baik itu untuk keperluan pembelian makanan pokok maupun makanan cemilan, serta peringkat ketiga oleh konsumsi komunikasi seperti pembelian paket data, pulsa hingga game voucher. Sementara itu, untuk jenis konsumsi dengan tingkat pengeluaran terendah adalah jenis konsumsi rumah tangga sebesar 17,8%. Dari beberapa jenis konsumsi diatas, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian atau masyarakat Kota Purwokerto cenderung menggunakan *m-money* dengan presentase tertinggi untuk konsumsi fashion dibandingkan jenis konsumsi lainnya, hal ini menunjukkan tren tingginya minat penggunaan *m-money* pada konsumsi ini.

Setelah mengetahui jenis konsumsi dengan pengeluaran tertinggi dana di *m-money*, rata-rata pengeluaran per bulan menggunakan *m-money* untuk konsumsi yang disajikan pada diagram dibawah ini

### RATA-RATA PENGELUARAN KONSUMSI PER BULAN PENGGUNA M-MONEY

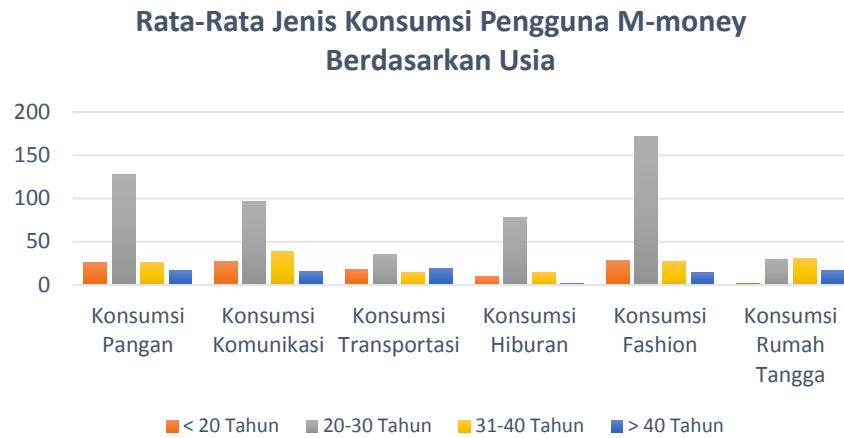


Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4. 6 Diagram Rata-Rata Pengeluaran Konsumsi Per Bulan Pengguna M-Money**

Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan jika rata-rata pengeluaran konsumsi per bulan pengguna *m-money* pada responden penelitian ini berbeda-beda mulai dari < Rp. 200.000 hingga > Rp. 1.000.000. Responden penelitian ini cenderung mengalokasikan pengeluarannya untuk konsumsi melalui *m-money* dengan rentang pengeluaran <Rp. 200.000 dimana sebesar 43% dari keseluruhan responden memilih jenis pengeluaran ini, hal ini menunjukkan responden pada rentang pengeluaran < Rp. 200.000 cenderung mengalokasikan dananya pada kebutuhan dasar sehari-hari seperti konsumsi pangan. Pada rentang pengeluaran Rp. 200.000 – Rp. 500.000 sebesar 41% responden dari total responden yang memiliki pengeluaran di *m-money*. Responden pada rentang pengeluaran tersebut terlihat terdapat peningkatan pada jenis konsumsinya, mereka cenderung mengalokasikan dananya di *m-money* pada kebutuhan esensial sehari-hari. Sebanyak 13% dari total responden penelitian ini memiliki pengeluaran dengan rentang sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, responden dengan pengeluaran tersebut memiliki tingkat konsumsi menengah. Sedangkan, responden yang memiliki pengeluaran sebesar > Rp. 1.000.000 sebanyak 3% dari total responden, hal ini menunjukkan responden pada pengeluaran tersebut mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi. Secara keseluruhan, diagram tersebut mencerminkan kecenderungan pengguna *m-money* dalam mengalokasikan dana mereka untuk berbagai kategori konsumsi yang mencerminkan gaya hidup dan preferensi individu.





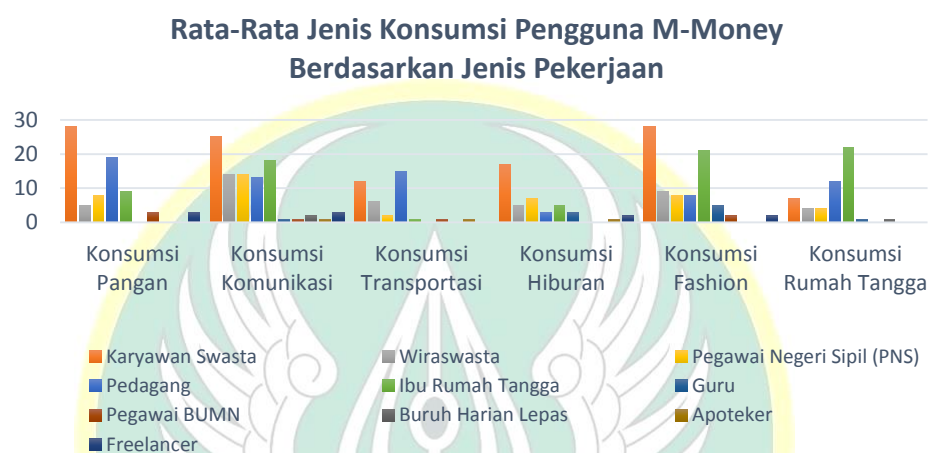
Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4. 7 Diagram Rata-Rata Jenis Konsumsi Pengguna M-Money Berdasarkan Usia**

Dari hasil olah data diatas, terlihat bahwa secara umum pengguna *mobile money* cenderung memiliki variasi jenis konsumsi yang berbeda-beda berdasarkan rentang usia. Kelompok usia 20-30 tahun menjadi rentang usia yang melakukan pengeluaran konsumsi melalui *m-money* paling tinggi dibandingkan kelompok usia yang lain terutama pada konsumsi pangan, konsumsi komunikasi, konsumsi hiburan dan konsumsi fashion, namun konsumsi transportasi dan konsumsi rumah tangga menjadi konsumsi terendah yang dikeluarkan melalui *m-money*. Sementara itu, kelompok usia < 20 tahun rata-rata menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi fashion namun jenis konsumsi yang paling sedikit menggunakan layanan *m-money* ialah pada konsumsi hiburan dan rumah tangga, kelompok usia 31-40 tahun tertinggi pada konsumsi komunikasi dan konsumsi terendah pada konsumsi transportasi dan hiburan, serta kelompok usia > 40 tahun menggunakan layanan *m-money* terbanyak pada konsumsi transportasi dan paling sedikit pada konsumsi hiburan dan fashion .

Berdasarkan jenis konsumsinya, rata-rata konsumsi yang paling tinggi dikeluarkan menggunakan *m-money* berdasarkan kelompok usia ialah konsumsi pangan, konsumsi komunikasi, konsumsi transportasi dan

konsumsi fashion, hal ini dapat dilihat pada diagram bahwa setiap kelompok usia melakukan pengeluaran konsumsi jenis ini. Sementara itu, konsumsi hiburan dan konsumsi rumah tangga menjadi konsumsi yang tergolong rendah dikeluarkan pada kelompok usia < 20 tahun, kelompok usia 31-40 tahun dan kelompok usia > 40 tahun, namun berbeda dengan kelompok usia 20-30 tahun dimana konsumsi hiburan masih menjadi konsumsi pilihan melalui *m-money*.



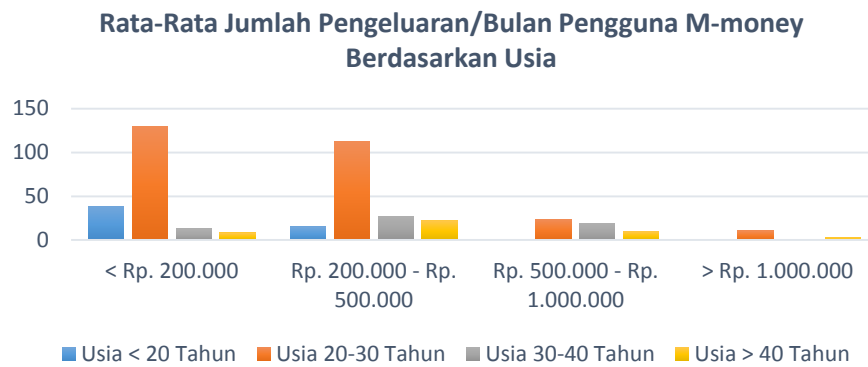
Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4. 8 Diagram Rata-Rata Jenis Konsumsi Pengguna M-Money Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Berdasarkan histogram diatas, menunjukkan bahwa setiap jenis pekerjaan menggunakan layanan *m-money* pada jenis konsumsi yang berbeda-beda. Pelajar/mahasiswa cenderung menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi fashion dengan jenis konsumsi rumah tangga menjadi konsumsi paling sedikit menggunakan *m-money*, adapun pada pekerjaan karyawan swasta lebih sering menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi pangan dan konsumsi fashion dengan konsumsi rumah tangga menjadi paling rendah menggunakan layanan *m-money*. Sementara untuk pekerjaan wiraswasta cenderung menggunakan pada konsumsi komunikasi dengan konsumsi rumah tangga menjadi paling rendah menggunakan layanan *m-money*.

Pekerjaan PNS cenderung menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi komunikasi dengan konsumsi terendah pada jenis konsumsi transportasi, kemudian pekerjaan pedagang paling tinggi pada konsumsi pangan dan terendah pada konsumsi hiburan, pekerjaan ibu rumah tangga cenderung menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi rumah tangga dengan konsumsi terendah pada konsumsi transportasi. Sementara itu, pekerjaan guru cenderung menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi fashion dibandingkan konsumsi rumah tangga dan komunikasi karena menjadi konsumsi terendah yang menggunakan layanan *m-money*, kemudian pekerjaan pegawai BUMN tertinggi memiliki pengeluaran di *m-money* pada konsumsi pangan dan terendah pada konsumsi hiburan dan rumah tangga, pekerjaan buruh harian lepas cenderung pada konsumsi komunikasi serta pekerjaan apoteker cenderung pada konsumsi komunikasi, konsumsi transportasi dan konsumsi hiburan. Kemudian pekerjaan *freelancer* cenderung menggunakan layanan *m-money* pada konsumsi pangan dan komunikasi dan terendah pada konsumsi transportasi dan rumah tangga. Dari analisis ini dapat diketahui preferensi masing-masing pekerjaan pada jenis konsumsi yang dipilih menggunakan layanan *m-money*.

Berdasarkan jenis konsumsinya, rata-rata konsumsi yang paling tinggi dikeluarkan menggunakan *m-money* berdasarkan jenis pekerjaan ialah konsumsi pangan, konsumsi komunikasi dan konsumsi fashion, hal ini dapat dilihat pada diagram bahwa setiap jenis pekerjaan melakukan pengeluaran konsumsi jenis ini. Sementara itu, konsumsi hiburan; konsumsi transportasi dan konsumsi rumah tangga menjadi konsumsi yang tergolong rendah dikeluarkan pada setiap jenis pekerjaan.



Sumber: Data Primer diolah

**Gambar 4.9 Diagram Rata-Rata Pengeluaran/Bulan Pengguna M-Money Berdasarkan Usia**

Dari gambar diatas yang disajikan dalam bentuk histogram, dapat diketahui bahwa secara umum pengguna *mobile money* cenderung memiliki variasi jumlah pengeluaran/bulan yang berbeda-beda berdasarkan rentang usia. Rentang usia <20 tahun memiliki rata-rata pengeluaran per bulan melalui *m-money* sebesar < Rp. 200.000, hal ini serupa dengan rentang usia 20-30 tahun yang cenderung memiliki pengeluaran sebesar < Rp. 200.000 tiap bulannya. Sementara itu, untuk rentang usia 30-40 tahun dan rentang usia > 40 tahun mayoritas memiliki pengeluaran per bulan sebesar Rp. 200.000 - Rp. 500.000 untuk konsumsi melalui layanan *m-money* sebagai metode transaksi pembayaran.



Sumber: Data Primer diolah

#### Gambar 4. 10 Diagram Rata-Rata Pengeluaran/Bulan Pengguna M-Money Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari gambar diatas yang disajikan dalam bentuk histogram, dapat diketahui bahwa secara umum pengguna *mobile money* cenderung memiliki variasi jumlah pengeluaran/bulan yang berbeda-beda berdasarkan jenis pekerjaan. Pada pekerjaan pelajar/mahasiswa dan buruh harian lepas cenderung memiliki pengeluaran per bulan melalui *m-money* sebesar  $< \text{Rp. } 200.000$ , pekerjaan karyawan swasta sebesar  $\text{Rp. } 200.000 - \text{Rp. } 500.000$ , hal ini serupa dengan pekerjaan wiraswasta; pedagang; ibu rumah tangga; apoteker serta guru. Sedangkan untuk pekerjaan pegawai BUMN dan *freelancerr* mayoritas memiliki pengeluaran sebesar  $\text{Rp. } 500.000 - \text{Rp. } 1.000.000$  per bulan melalui layanan *M-money*.

## 2. Analisis Statistik Inferensial

### a. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

Penelitian ini menggunakan uji korelasi rank spearman yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau korelasi antar variabel. Adapun pengujian dinyatakan signifikan dan memiliki hubungan apabila  $sign. < 0,05$  serta hipotesis kerja diterima jika  $r_s > r_{tabel}$  (Isna & Wardo, 2013). Untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat diketahui pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. 9 Kekuatan Hubungan Antar Variabel**

Koefisien	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

Berikut hasil uji korelasi rank spearman data penelitian ini:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman**

			Correlations	
			PENGGUNAAN MOBILE MONEY	POLA KONSUMSI
Spearman's rho	PENGGUNAAN MOBILE MONEY	Correlation Coefficient	1.000	.761**
		Sig. (2- tailed)	.	.000
		N	435	435
	POLA KONSUMSI	Correlation Coefficient	.761**	1.000
		Sig. (2- tailed)	.000	.
		N	435	435

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

Sumber: Data olahan SPSS 21

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis kerja ( $H_a$ ) maupun hipotesis nol ( $H_0$ ) sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada korelasi antara penggunaan *mobile money* dengan pola konsumsi

$H_a$  : Terdapat korelasi antara penggunaan *mobile money* dengan pola konsumsi

Dari hasil output SPSS diatas, terdapat tiga nilai pada kolom yakni 0,761\*\*; 0,000 serta 435. Dari ketiga nilai tersebut, diketahui nilai 435 menunjukkan jumlah responden penelitian, nilai 0,761 menunjukkan koefisien korelasi *rank spearman* yang kuat antara penggunaan *mobile money* (X) dengan pola konsumsi (Y) karena nilai tersebut berada pada interval koefisien 0,60-0,799. Tanda (\*\*) merepresentasikan korelasi tersebut memiliki tingkat signifikan pada taraf *sign.* 0,01. Pada nilai 0,761\*\* menunjukkan nilai koefisien korelasi yang kuat dengan arah positif. Artinya, semakin tinggi penggunaan *mobile money* maka semakin tinggi pula pola konsumsi individu. Tabel tersebut juga menunjukkan nilai *sign. (2-tailed)* sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$  atau 0,01) yang artinya terdapat penolakan  $H_0$ , menandakan adanya hubungan

yang signifikan antara penggunaan *mobile money* dengan pola konsumsi.

#### b. Hasil Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan metode analisis regresi dengan data berskala ordinal. Tujuan dari analisis regresi ordinal untuk menciptakan model sederhana serta optimal dalam memberikan penjelasan tentang korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji regresi ordinal untuk menguji hipotesis terkait pengaruh penggunaan *mobile money* (X) terhadap pola konsumsi (Y) (Isna & Wardo, 2013). Adapun berikut pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 21 pengujian regresi ordinal:

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Case Processing Summary**

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
polakonsumsi	Rendah	2	0.5%
	Sedang	168	38.6%
	Tinggi	265	60.9%
mobilemoney	Rendah	3	0.7%
	Sedang	75	17.2%
	Tinggi	357	82.1%
Valid		435	100.0%
Missing		0	
Total		435	

Sumber: Data olahan SPSS 21

Pada output uji *case processing summary* diatas, menunjukkan data yang akan dianalisis sebanyak 435 responden dan tidak ada data yang masuk kategori *missing*. Dari 435 responden, diketahui bahwa pada variabel pola konsumsi (Y) dengan kategori rendah sebanyak 2 orang atau 0,5%; pola konsumsi dengan kategori sedang sebanyak 168 orang atau 38,6% serta pola konsumsi dengan kategori tinggi sebanyak 265 orang atau 60,9%. Sementara itu, pada variabel penggunaan *mobile*

*money* (X) dengan kategori rendah sebanyak 3 orang atau 0,7%; penggunaan *mobile money* dengan kategori sedang 75 orang atau 17,2% serta penggunaan *mobile money* dengan kategori tinggi sebanyak 357 orang atau 82,1%.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Model Fitting Information**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	128.837			
Final	13.965	114.873	2	.000

Link function: Logit.

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Pada output *model fitting information* ini akan diketahui apakah model regresi ordinal signifikan atau tidak. Jika pada kolom  $sig. \leq \alpha$  (0,05) maka dikategorikan signifikan, dalam penelitian ini didapatkan hasil nilai *sig.* sebesar 0,000 yang berarti signifikan. Selain itu, diketahui juga nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 128,837 serta model *final* sebesar 13,965 dengan selisih sebesar 114,873 yang dapat dilihat pada kolom *Chi-Square*.

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness-of-Fit**

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	.233	2	.890
Deviance	.416	2	.812

Link function: Logit.

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Untuk menguji hipotesis, dilakukan dengan  $H_0$ : model logit layak digunakan dan  $H_a$ : model logit tidak layak digunakan. Output diatas, menunjukkan *Chi-Square* metode *Deviance* sebesar 0,416 dan derajat kebebasan sebesar 2. Jika nilai  $sig. \leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak menurut kriteria pengujian. Namun, pada uji *Deviance* pada output tersebut menunjukkan nilai *sig.* sebesar 0,812; yang mengakibatkan  $H_0$  diterima



karena nilai  $sig. > 0,05$  ( $0,812 > 0,05$ ). Kesimpulannya, bahwa model logit dianggap layak untuk digunakan

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Pseudo R-Square**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.232
Nagelkerke	.309
McFadden	.190

Link function: Logit.

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Pada bagian output berikutnya atau output uji *pseudo r-square* menerangkan terkait variasi tingkat pola konsumsi (Y) dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan *mobile money* (X) sebesar 19% diartikan bahwa pengaruh penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi sebesar 19% dan 81% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Parameter Estimates**

		Parameter Estimates						
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[polakonsumsi = 1]	-7.603	1.045	52.914	1	.000	-9.651	-5.554
	[polakonsumsi = 2]	-.945	.118	64.224	1	.000	-1.176	-.714
Location	[mobilemoney=1]	-6.917	1.602	18.655	1	.000	-	-3.778
	[mobilemoney=2]	-3.093	.392	62.183	1	.000	10.056	-2.324
	[mobilemoney=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Pada output *parameter estimates* menerangkan terkait signifikan atau tidak pengaruh masing-masing koefisien regresi dengan kriteria

nilai  $sig. \leq 0,05$  berarti signifikan. Pada penelitian ini, terlihat nilai  $sig.$  pada kolom *location* seluruhnya  $<0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini menunjukkan variabel penggunaan *mobile money* (X) berpengaruh terhadap pola konsumsi (Y).

Pada bagian parameter, interpretasi dilakukan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan kategori tinggi yakni *baseline*. Berlandaskan output diatas, dapat diketahui bahwasanya penggunaan *mobile money* dengan tingkat rendah dibandingkan dengan penggunaan *mobile money* dengan tingkat tinggi berpengaruh terhadap pola konsumsi ( $sig. 0,000 \leq \alpha. 0,05$ ) dengan nilai *estimates* sebesar -6,917. Sementara, penggunaan *mobile money* dengan kategori sedang dibandingkan dengan penggunaan *mobile money* dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap pola konsumsi ( $sig. 0,000 \leq \alpha. 0,05$ ) dengan nilai *estimates* sebesar -3,093. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin rendah penggunaan *mobile money* maka semakin rendah pula pola konsumsi individu.

## **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Pola Konsumsi Masyarakat Pengguna *Mobile Money***

Dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh hasil berdasarkan jenis *mobile money* yang digunakan bahwa masyarakat Kota Purwokerto mayoritas menggunakan *shopeepay* sebagai pilihan alat transaksi pembayaran. Berdasarkan frekuensi penggunaan, masyarakat Kota Purwokerto tergolong jarang menggunakan *mobile money* dalam bertransaksi dengan rentang penggunaan  $<10$  kali dalam sebulan yang menunjukkan *m-money* bukan menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan pembayaran sehari-hari. Sementara berdasarkan jenis penggunaan *mobile money*, masyarakat Kota Purwokerto cenderung menggunakan layanan *m-money* pada transaksi pengiriman uang, pembayaran tagihan serta pembiayaan.

Dari 435 responden penelitian ini sekitar 95% dari total responden mengalami perubahan konsumsi baik itu secara tingkat pengeluaran konsumsi maupun jenis konsumsi yang dikeluarkan menggunakan *m-money*. Dengan jenis konsumsi yang paling banyak dikeluarkan melalui layanan *m-money* ialah konsumsi fashion, konsumsi pangan dan konsumsi komunikasi; serta jenis konsumsi terendah pada konsumsi rumah tangga. Rata-rata jumlah pengeluaran per bulan yang dikeluarkan sebesar < Rp. 200.000 pada layanan *m-money*, hal ini menunjukkan bahwa mereka cenderung mengalokasikan dananya pada kebutuhan dasar sehari-hari.

Berdasarkan jenis konsumsi pada acuan kelompok usia, jenis konsumsi yang banyak dikeluarkan oleh setiap kelompok usia ialah konsumsi pangan; konsumsi komunikasi; konsumsi transportasi dan konsumsi fashion. Jenis konsumsi terendah yang dikeluarkan oleh setiap kelompok usia yakni konsumsi hiburan dan rumah tangga, namun berbeda dengan kelompok usia 20-30 tahun dimana konsumsi hiburan masih menjadi konsumsi pilihan melalui *m-money*. Sementara pada kelompok acuan jenis pekerjaan, jenis konsumsi yang paling tinggi dikeluarkan ialah konsumsi pangan; konsumsi komunikasi dan konsumsi fashion serta jenis konsumsi yang terendah pada konsumsi transportasi; konsumsi hiburan dan konsumsi rumah tangga.

Berdasarkan jumlah pengeluaran per bulan pada kelompok usia, rata-rata jumlah pengeluaran per bulan yang mayoritas dikeluarkan setiap kelompok usia yakni pada rentang sebesar < Rp. 200.000. Kemudian pada kelompok jenis pekerjaan, jumlah rata-rata yang dikeluarkan per bulannya yang mayoritas dikeluarkan setiap jenis pekerjaan yakni pada rentang pengeluaran sebesar Rp. 200.000 – Rp. 500.000.

Dalam Islam, norma etika berkonsumsi harus diperhatikan seperti mampu membedakan mana konsumsi akan kebutuhan dan keinginan serta tidak berlebihan-lebihan (*israf*) dan sia sia (*tabzir*). Pada masyarakat Kota Purwokerto pengguna *m-money*, konsumsi yang paling banyak dikeluarkan tergolong masih kebutuhan dasar (*dharuriyat*) yakni konsumsi pangan,

pakaian serta komunikasi dengan pengeluaran konsumsi per bulan yang dialokasikan pada kebutuhan dasar sehari-hari.

## 2. Pengaruh Penggunaan *Mobile money* Terhadap Pola Konsumsi

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa koefisien rank spearman antara variabel penggunaan *mobile money* (X) dengan pola konsumsi (Y) ialah pada nilai 0,761\*\*, dimana menunjukkan nilai koefisien korelasi yang kuat dengan arah positif. Artinya, semakin tinggi penggunaan *mobile money*, semakin tinggi juga pola konsumsi individu dan sebaliknya. Pada pengujian statistik, pada penelitian ini ditemukan nilai signifikansi atau *sig* (2 tailed) sebesar 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$  atau  $0,01$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan *mobile money* (X) dengan pola konsumsi (Y).

Pada uji regresi ordinal, perhitungan *psieudo R-Square* variabel penggunaan *mobile money* (X) memiliki pengaruh sebesar 19% terhadap variabel pola konsumsi (Y). Kemudian pada perhitungan *parameter estimates* antara penggunaan *mobile money* kategori rendah dibandingkan dengan penggunaan *mobile money* kategori tinggi memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi (*sig.*  $0,000 \leq \alpha, 0,05$ ) sebesar -6,917 nilai *estimate*. Sementara, penggunaan *mobile money* kategori sedang dibandingkan penggunaan *mobile money* dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap pola konsumsi (*sig.*  $0,000 \leq \alpha, 0,05$ ) dengan nilai *estimates* sebesar -3,093. Dapat disimpulkan bahwa semakin rendah penggunaan *mobile money* maka semakin rendah pula pola konsumsi seseorang.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan *mobile money* (X) dengan pola konsumsi (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan teori model siklus “*The Needs Adoptive Shopper*” yang diperkenalkan oleh Leonard Lee serta teori model perilaku konsumen yang diperkenalkan oleh Kotler dan Keller bahwa teknologi mempengaruhi individu dalam melakukan pembelian produk baik barang maupun jasa.

Pada teori tersebut, teknologi menjadi salah satu faktor pendorong pengeluaran konsumsi konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi serta membentuk pola konsumsi yang baru. Hal ini sesuai dengan hubungan penggunaan *mobile money* terhadap pola konsumsi dalam hasil penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Tantrinesia, Amelia, & Sidarwarya, 2023) dengan judul “Pengaruh M-Banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya” bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *m-banking* terhadap pola belanja masyarakat Surabaya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

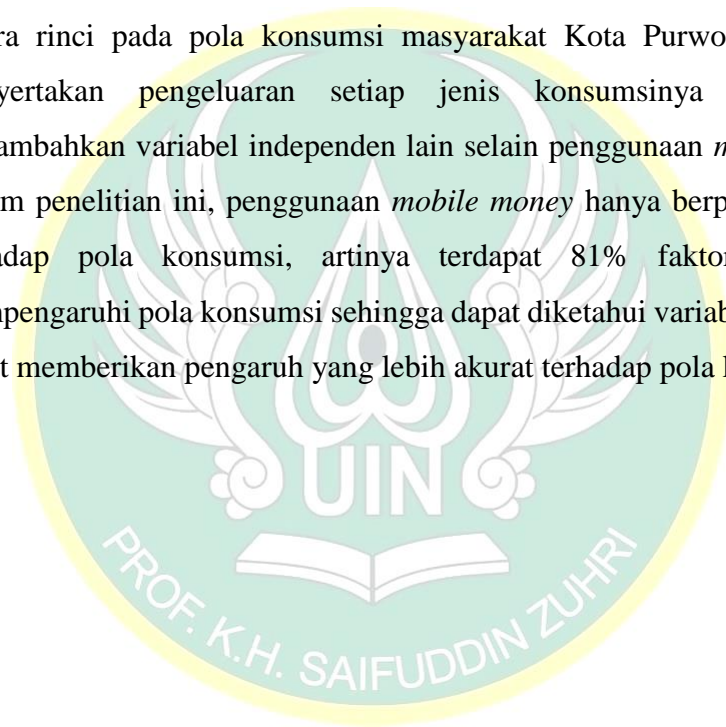
Berdasarkan rumusan masalah, analisis data serta pembahasan yang telah uraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Mobile money* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Kota Purwokerto ialah Shopeepay dengan 95% responden pada penelitian ini mengalami perubahan pada pola konsumsinya baik itu perubahan pada tingkat pengeluaran konsumsi maupun jenis konsumsinya. Adapun rentang penggunaan *m-money* <10 kali dalam sebulan dengan jenis penggunaan pada pengiriman uang, pembayaran tagihan serta pembiayaan. Pengeluaran tertinggi pada jenis konsumsi fashion, konsumsi pangan dan konsumsi komunikasi; serta jenis konsumsi terendah pada konsumsi rumah tangga dengan rata-rata tingkat pengeluaran per bulan yang dikeluarkan pengguna *mobile money* di Kota Purwokerto sebesar < Rp. 200.000. Berdasarkan jenis konsumsi pada acuan kelompok usia, jenis konsumsi yang banyak dikeluarkan oleh setiap kelompok usia yaitu konsumsi pangan; konsumsi komunikasi; konsumsi transportasi serta konsumsi fashion dengan tingkat pengeluaran terbanyak sebesar < Rp. 200.000. Kemudian pada kelompok jenis pekerjaan, jumlah rata-rata yang dikeluarkan per bulannya yang sebagian besar dikeluarkan setiap jenis pekerjaan yaitu konsumsi pangan; konsumsi komunikasi dan konsumsi fashion dengan tingkat pengeluaran terbanyak sebesar Rp. 200.000 - Rp. 500.000.
2. Terdapat pengaruh antara variabel penggunaan *mobile money* (X) dengan variabel pola konsumsi (Y). Dari hasil analisis regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* kolom *sig.* sebesar  $0,000 \leq \alpha (0,05)$  yang diartikan signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile money* berpengaruh terhadap pola konsumsi, serta pada hasil *pseudo R-square* penggunaan *mobile money* memiliki pengaruh sebesar 19% terhadap pola konsumsi.

## B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi penyedia layanan *mobile money*, untuk lebih fokus pada peningkatan keamanan dan perlindungan konsumen agar dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan *mobile money* serta penambahan fitur produk keuangan inovatif sehingga dapat merangsang minat konsumen dalam menggunakan layanan *mobile money*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini secara rinci pada pola konsumsi masyarakat Kota Purwokerto dengan menyertakan pengeluaran setiap jenis konsumsinya serta dapat menambahkan variabel independen lain selain penggunaan *mobile money*. Dalam penelitian ini, penggunaan *mobile money* hanya berpengaruh 19% terhadap pola konsumsi, artinya terdapat 81% faktor lain yang mempengaruhi pola konsumsi sehingga dapat diketahui variabel mana yang dapat memberikan pengaruh yang lebih akurat terhadap pola konsumsi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdelina, & Makhrani. (2021). Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Melalui Budaya Belanja Online Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan. *Jurnal ESTUPRO*, 9-17.
- Adriana, Nurina. (2023). Pola Konsumsi Masyarakat Di Desa Parit Baru Kecamatan Selakau Kabupaten Sambas Pada Aspek Masalah Dalam Maqashid Syariah. *Jurnal Muamalat Indonesia*, 3(1), 213-224.
- Afiyah, R. N. (2020). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ahdiyat, A. (2023). *Transaksi Belanja Pakai E-Money Tembus Rp38 Triliun pada Agustus 2023*, *databoks*. Tersedia pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/26/transaksi-belanja-pakai-e-money-tembus-rp38-triliun-pada-agustus-2023> (Diakses: 12 Januari 2024)
- Ahmad, AH., Green, C., & Jiang, F. (2020). *Mobile Money, Financial Inclusion and Development: A Review With Reference To African Experience*. *Jurnal Of Economic Surveys*, 34: 753-792. <https://doi.org/10.1111/joes.12372>
- Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia*, *katadata.co.id*. Tersedia pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> (Diakses: 23 Februari 2024)
- Aprianto, Naerul Edwin K. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *Bisnis & Organisasi Administrasi Jurnal Internasional*, 2(1), 8-15.
- Aryani, D., Yusup, M., & Ilamsyah. (2018). Indikator User Satisfaction Dalam Aplikasi E-Lecture (Video Peer-Evaluation Pada Online CBL). *Journal CCIT (Creative Communication and Innovative Technology)*, 245-256.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2024). Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan Makanan dan Non Makanan (Rupiah) Tahun 2019-2021. Diakses dari : <https://jateng.bps.go.id>
- Budiyono, E. F. (2023). Pengaruh Penggunaan Mobile Money Terhadap Inklusi Keuangan Pada Usia Produktif di Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bsnis*, 167-178.
- Dewi, L. G. Kusuma., Herawati, N. Tresna., & Adiputra, I. M. Pradana. (2021). Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang



- dimediasi Kontrol Diri. *Jurnal Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(01), 1-19.
- Diulio, Eugene A. (1993). *Teori Ekonomi Mikro: Cetakan Keempat*. Jakarta: Erlangga
- Djamaris, Aurino R.A. (2021). *Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal dan Multinomial dengan SPSS*. Universitas Bakrie
- Dr. Rozalinda, M. (2017). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: Rajawali Pers.
- Elizabeth Fiesta Clara S.B. (2023). Pengaruh Penggunaan *Mobile Money* Terhadap Inklusi Keuangan Pada Usia Produktif di Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. *Jurnal Pijar*, 1(2), 167-178.
- Firpo, Janine. (2009, Januari 21). E-Money- Mobile Money- Mobile Banking What's the Difference?. Tersedia pada: <https://blogs.worldbank.org/psd/e-money-mobile-money-mobile-banking-what-s-the-difference> (Diakses: 28 Mei 2023)
- Georgios A. Panos & John Os Wilson. (2020). Financial Literacy and Responsible Finance In The FinTech Era: Capabilities and Challenges. *The European Journal Of Finance*, 26:4-5, 297-301.
- Greenacre, J. (2020). Fintech dalam Sistem Pembayaran-Bagaimana *Mobile Money* Menantang Rezim Hukum yang Ada?: Studi Kasus di Indonesia. *Tinjauan Hukum Perbankan & Keuangan*, 36 (1), 119-133.
- GSMA. (2010). *Mobile Money Definitions*. Tersedia pada: <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wpcontent/uploads/2012/06/mobilemoneydefinitionsnomarks56.pdf> (Diakses: 28 Mei 2023)
- Hamdi, Baitul. (2022). Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1-15.
- Hanum, N. (2018). Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga, dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Seunebok Rambong Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(1), 75-84. <https://doi.org/10.1234/jse.v2i1.779>
- Health Finance and Governance (HFG). (2013). *Mobile Money Defined*. Diakses dari : <https://www.hfgproject.org/mobile-money-defined/>
- Hilmi, Amalia Zul & Giswandhani, Mariesa. (2022). Consumerism in Mobile Payment Applications. *Jurnal Perkommas*, 7(1), 13-18.
- Hisbullah Basri & Agung Anggoro Seto. (2018). Pengaruh Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat di Kota Palembang. *Adminika*, 4(1), 1-11.

- Inayah, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus di Wilayah Kota Purwokerto). *Skripsi: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Indrawati, Ph.D & dkk. (2017). Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi. Bandung: PT. Refika Aditama
- Isna, A., & Warto. (2013). *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM Statistic 20*. Stain Press
- Jeddawi, M., Yuliati, L., & Nurrochmat, D. (2020). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Dengan Metode Unified Teori Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi 2 (UTAUT2). *Jurnal Pallangga Praja (JPP)*, 181-192.
- Jiang, Y. (2022). *The Influence of Payment Method: Do Consumers Pay More with Mobile Payment?*. Claremont Graduated University: Pracetak arXiv arXiv.
- Komalawati, Romdon, A. S., & Saidah, Z. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia. *Jurnal KaliAgri*, 1-11.
- Larasati, R. Anisa. (2020). Pola Konsumsi Mahasiswa Pulang Kampung dan Masyarakat Pada Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jambura Economic Education Jurnal*, 2(2), 90-99.
- Lee, Leonard., Inman, JJ., Argo, JJ., Bottger, T., Dholakia, U., Gilbride, T., Ittersum, KV., Kahn, B., Kalra A., Lehmann, DR., Mc. Alister, LM., Shankar, V., and Tsai, CI. (2018). From Browsing to Buying and Beyond: The Needs-Based Shopper Journey Model. *Journal of The Association for Consumer Research*, 3(3), 277-293.
- Manurung, Adi Putra., Nainggolan, Pinondong & Purba, Dian. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Kota Pematangsiantar Pada Saat Pandemi Covid-19. *JEKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 78-80.
- Mardiana, N. Y., Utomo, N. A., & Amaliah, Y. R. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Internet Terhadap Efektifitas Perusahaan di JABODETABEK. *Ekonomika*, 1-10.
- Masino, Serena., & Miguel, Nino Zarazua. (2018). Improving Financial Inclusion Through The Delivery of Cash Transfer Programmes: The Case of Mexico's Progresa-Oportunidades-Prospera Programme. *The Journal of Development Studies*, 56: 151-168.
- Melina, S., & Shafrani, Y. S. (2022). Analysis of Customer Satisfaction From Service Quality Dimensions Using Fuzzy-Carter Method (A Case Study At

- BPRS Khasanah Ummat Purwokerto). *Journal of Islamic Banking and Finance*, 16-36.
- Mourizka, A. Veny & Haryatiningsih, Ria. (2023). Pola Konsumsi Generasi Z Pengguna E-Wallet di Kota Bandung. *In Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(1), 45-54.
- Mustamu, A., Rotinsulu, T.O., & Maramis, M. Th. B. (2021). Pengaruh Less Cash Society Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Kota Manado (Studi Kasus: Dosen dan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(1), 386-396.
- Nabilah, A. P., Fitri, K.N., Primastuti, R. K., Khoirunnisa, R. T., Anju & Ernawati. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa. *POPULIKA*, 9(2), 13-22.
- Nopirin. (1997). *Ekonomi Makro Cetakan Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Pangemanan, R. H., Kindangen, P., & Masinambow, V. A. (2021). Analisis Ketersediaan Pangan Pokok dan Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga Petani di Kecamatan Pasa, Tombatu Timur dan Belang Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 1-21.
- Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 6 Tahun 2019 Tentang Rencana Detail Tata Ruang Kawasan Perkotaan Purwokerto Tahun 2019-2039 diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Pratama, A. A., & Yudiana, F. E. (2022). *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 64-74.
- Puspita, Y.C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(02), 121-128
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal Of Development Economic and Social Studies*, 539-249.
- Respati, A. R., & Ik, A. (2023). *QRIS Jadi Mesin Pertumbuhan Pembayaran Digital*, *Kompas.com*. Tersedia pada <https://money.kompas.com/read/2023/11/19/203000026/qris-jadi-mesin->

pertumbuhan-pembayaran-digital-#google\_vignette (Diakses: 12 Januari 2024)

- Rivani, Edmira & Rio, Eddo. (2021). Penggunaan Uang Elektronik Money pada Masa Pandemi Covid-19: Telaah Pustaka. *Kajian*, 26(1), 75-89.
- Rusbianti, M. A., & Canggih, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 516-524.
- Sa'adah, Ai Nur. (2023) *Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2019)*. Sarjana tesis, Universitas Siliwangi.
- Sangadsanaji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumsi Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Saputra, I. Y. (2022, Februari 20). *Purwokerto Populer dengan Julukan Kota Satria, Ini Penjelasannya*. Retrieved from Solopos.com: <https://www.google.com/amp/s/jateng.solopos.com/purwokerto-populer-dengan-julukan-kota-satria-ini-penjelasannya-1259908/amp> (Diakses: 28 Februari 2024)
- Sari, N. P. (2019). Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi. *Skrispi*.
- Sihombing, R. (2022). Analisis Pengaruh Financial Technology Pertumbuhan Ekonomi Melalui Investasi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah*.
- Silvia, Vivi. (2021). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Siregar, Y. B. (2022). Evolusi Perilaku Konsumen di Era Digital. STIKS Tarakanita.
- Sukmadirana, E., Seminar, KB, Firdaus, M., & Arkeman, Y. (2021). Model Diseminasi Penerapan Mobile Money di Masyarakat Pedesaan Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 7(1), 145-156.
- Sulasih, S., Adawiyah, W.R., & Adi, P. H. (2021). Model Theory of Planned Behaviour dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi pada Strategi Pemasaran. *Muslim Heritage*, 6(2), 405-421.
- Suresh, A., & Shashikala, R. (2014). Identifying Factors Of Consumer Perceived Risk Towards Online Shopping In India. *3rd International Conference On Information And Financial Engineering*, 336-341.

- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwarya, H. A. (2023). Pengaruh M-banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 24-38.
- Twumasi Baffour, P., Abdul Rahaman, W., & Mohammed, I. (2021). Impact of *Mobile Money* access on internal remittances, consumption expenditure and household welfare in Ghana. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(3), 337-354. <https://doi.org/10.1108/JEAS-04-2020-0045>
- Venkatesh *et al.* (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Management Information Systems Research Center*, 27(03), 425-478.
- Venkatesh, Viswanath., Thong, James Y. L., & Xin Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Management Information Systems Research Center*, 36(01), 157-178
- Wan Maharani S.S & Arif Darmawan. (2020). Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan E-money Berbasis Aplikasi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 8(2), 248-262.
- Warsito, C., Solikhin, I., Farhan, N. U., Suganda, A., & Khaerudin, A. (2020). Muslim Consumer Satisfaction On Consumer Purchase Decision Of Opplcation Based Online Motorcycle Taxi. *Hamdard Islamicus*, 43(Special Issue).
- World Bank. (2021, Juli 29). *Beyond Unicorns: Harnessing Digital Technologies For Inclusion in Indonesia*. Diakses dari: <https://www.worldbank.org/in/country/indonesia/publication/beyond-unicorns-harnessing-digital-technologies-for-inclusion-in-indonesia>
- Wulandari, S. S. (2023, Maret 31). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital-Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- Yuliana, Ike Nia. & Azib. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Jurnal Prosding Manajemen*, 7(2), 353-355.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE MONEY* TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KOTA PURWOKERTO

---

Kepada Yth. Responden  
di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan *Mobile Money* Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Purwokerto” dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Helin Febrian Budi  
NIM : 2017201071  
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah/FEBI  
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Dengan ini memohon kesediaan responden untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya dimanfaatkan untuk keperluan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan responden dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya



Helin Febrian Budi

## A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki      b. Perempuan
3. Usia :
  - a. < 20 Tahun
  - b. 20-30 Tahun
  - c. 31-40 Tahun
  - d. > 40 Tahun
4. Alamat Tempat Tinggal/Domisili :
  - a. Karanglewas
  - b. Kedungbanteng
  - c. Baturaden
  - d. Sumbang
  - e. Kembaran
  - f. Sokaraja
  - g. Patikraja
  - h. Purwokerto Timur
  - i. Purwokerto Barat
  - j. Purwokerto Utara
  - k. Purwokerto Selatan
5. Pekerjaan :
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Karyawan Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
  - e. Pedagang
  - f. Ibu Rumah Tangga
6. Penghasilan Per Bulan\*  
\*Untuk Pelajar/Mhs bisa uang saku :
  - a. < Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000



- c. Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
  - d. Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000
  - e. > Rp. 5.000.000
7. Jenis *Mobile Money* yang sering anda gunakan dalam 6 bulan terakhir
- a. Gopay
  - b. OVO
  - c. DANA
  - d. Shopeepay
  - e. LinkAja
  - f. Lainnya.....
8. Berapa frekuensi penggunaan *Mobile Money* dalam bertransaksi selama sebulan?
- a. < 10 kali
  - b. 10-15 kali
  - c. >15 kali
9. Apa jenis penggunaan yang paling sering anda lakukan dengan menggunakan *Mobile Money*?
- a. Pembayaran tagihan
  - b. Penarikan saldo
  - c. Pengiriman uang
  - d. Tabungan
  - e. Pembiayaan
  - f. Lainnya.....
10. Apakah anda merasakan perubahan konsumsi setelah menggunakan *Mobile Money* dalam bertransaksi?
- a. Ya
  - b. Tidak
11. Jenis konsumsi apa yang paling sering anda keluarkan, mencapai 50% atau lebih total uang di *Mobile Money*?
- a. Konsumsi Pangan
  - b. Konsumsi Komunikasi

- c. Konsumsi Transportasi
  - d. Konsumsi Hiburan
  - e. Konsumsi Fashion
  - f. Konsumsi Rumah tangga
12. Berapa rata-rata jumlah uang yang biasanya anda keluarkan melalui *Mobile Money* untuk pengeluaran konsumsi setiap bulannya?
- a. < Rp. 200.000
  - b. Rp. 200.000 – Rp. 500.000
  - c. Rp. 500.00 – Rp. 1.000.000
  - d. > Rp. 1.000.000

**B. Petunjuk Pengisian**

1. Cermati setiap item pertanyaan dengan seksama
2. Beri tanda centang (✓) pada salah satu pilihan jawaban anda yang sesuai dengan keadaan diri anda agar diperoleh data yang akurat, benar & obyektif.
3. Pilihan jawaban pada alternatif pilihan dengan rincian berikut:  
 SS : Sangat Setuju                      TS : Tidak Setuju  
 ST : Setuju                                      STS : Sangat Tidak Setuju  
 N : Netral

**C. Pernyataan Penelitian**

1. Penggunaan *Mobile Money*

**Beri tanda centang (✓) pada jawaban anda**

No	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
1.	Saya berencana menggunakan layanan <i>Mobile Money</i> dalam beberapa minggu ke depan					
2.	Saya berencana menggunakan layanan <i>Mobile Money</i> dalam beberapa bulan mendatang					
3.	Saya berniat terus menggunakan layanan <i>Mobile Money</i> di tahun-tahun mendatang					

4.	Saya bermaksud menggunakan <i>Mobile Money</i> untuk layanan selain transfer uang					
5.	Sikap saya terhadap penggunaan layanan <i>Mobile Money</i> selalu positif					
6.	Saya menikmati menggunakan layanan <i>Mobile Money</i> untuk transaksi saya					
7.	<i>Mobile Money</i> memenuhi kebutuhan finansial saya dengan baik					
8.	Saya biasanya tidak memiliki keluhan mengenai penyedia layanan <i>Mobile Money</i>					
9.	Saya puas dengan biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan <i>Mobile Money</i>					
10.	Saya tidak menganggap <i>Mobile Money</i> mahal dari segi bunga					
11.	Layanan <i>Mobile Money</i> selalu dapat diandalkan bagi saya					

## 2. Pola Konsumsi

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban anda

No	Pernyataan	SS	ST	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>Mobile Money</i> untuk melakukan transaksi sehari-hari karena lebih efisien					
2.	Saya merasa lebih nyaman belanja dengan menggunakan <i>Mobile Money</i>					
3.	Saya memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar sebelum membeli barang atau jasa yang bersifat mewah					
4.	Saya menggunakan <i>Mobile Money</i> untuk belanja barang-barang kebutuhan pokok					

5.	Saya menggunakan <i>Mobile Money</i> untuk belanja barang-barang yang tidak terduga					
6.	Saya dapat menghabiskan uang yang banyak tanpa saya sadari ketika belanja dengan menggunakan <i>Mobile Money</i>					
7.	Saya lebih memilih menggunakan <i>Mobile Money</i> dalam bertransaksi karena diskon dan cashback yang ditawarkan					
8.	Saya merasa setelah menggunakan <i>Mobile Money</i> prioritas konsumsi saya menjadi berubah					
9.	Saya menggunakan layanan <i>Mobile Money</i> dalam aktivitas berkonsumsi dipengaruhi trend an preferensi dari teman					
10.	Saya cenderung membeli produk atau layanan yang diiklankan melalui <i>Mobile Money</i>					
11.	Saya merasa menggunakan <i>Mobile Money</i> dapat memudahkan saya untuk menabung					
12.	Saya memilih menggunakan <i>Mobile Money</i> dalam aktivitas konsumsi untuk mendapatkan status social atau pengakuan dari orang lain					

## Lampiran 2: Daftar responden penelitian

No.	Nama Responden	Alamat Tempat Tinggal/Domisili
1	Aas Hasanah	Sumbang
2	Farah Kholiana Fransiska	Purwokerto Utara
3	Riska Linda Febriaeni	Karanglewas
4	Shila Rahma Nanda Putri	Sumbang
5	Bagus Purwanto	Karanglewas
6	Ainun Sukma Anisa Fikria	Sokaraja
7	Anasya Rahma Maharani	Patikraja
8	Roikhatul Jannah	Sumbang
9	Nuita Alifia Hasanah	Sumbang
10	Septia Wahyu Utami	Baturaden
11	Atim	Baturaden
12	Mei Prihandini	Patikraja
13	Chatelya Zahra Nur Afifah	Purwokerto Selatan
14	Siti Ubaidah	Purwokerto Selatan
15	Stalsa Febri Herawati	Purwokerto Selatan
16	Hikari Aufa	Purwokerto Barat
17	Muhammad Aghits Taufiqurrohman	Purwokerto Timur
18	Muhammad Firdho	Purwokerto Timur
19	Muhammad Fahmi Asyhari	Sumbang
20	Bahjatun Nangimah	Sumbang
21	Siska Setiani	Purwokerto Utara
22	Rifatul Muazaroh	Purwokerto Utara
23	Rizqi Amalya Solikhah	Sokaraja
24	Neti Kusnari	Sokaraja
25	Merliandra Gita Heranisa	Purwokerto Selatan
26	Zuhrul	Purwokerto Barat
27	Fika Umul Mulyanti	Kedungbanteng
28	Sekar Dita Fitria	Kembaran
29	Alfina Ditya	Kembaran
30	Eva Fatihatun Nikmah	Purwokerto Selatan
31	Dwi Setianingrum	Sumbang
32	Akid	Purwokerto Utara
33	Sindy Puji Astutik	Purwokerto Utara

34	Lidya	Purwokerto Barat
35	Fikri	Patikraja
36	Rizqi Fachrizal	Baturaden
37	Sofi Amelia Sari	Baturaden
38	Meylan Nur Isnaeni	Baturaden
39	Muhamad Annas Musta'In	Baturaden
40	Iqoh	Baturaden
41	Weni Aristia	Baturaden
42	Sela Sepfa Alfinah	Baturaden
43	Erika Iski Felani	Karanglewas
44	Citra Dewi Fatimah	Karanglewas
45	Adya Fadilah	Sumbang
46	Fianandita Pradhanti	Purwokerto Utara
47	Triana Indah Lestari	Purwokerto Barat
48	Aulya Putri Listiyani	Purwokerto Selatan
49	Faqla	Patikraja
50	Lutfiani Nada Karlina	Patikraja
51	Syanha Sekar	Sokaraja
52	Destiani Alan Syafitri	Purwokerto Selatan
53	Annisa Deviana	Sokaraja
54	Yoedestiara Atminurrohmah	Baturaden
55	Abrur Ghofur	Sokaraja
56	Nasyila Sabilillah	Kembaran
57	Imarda I'Anata	Sumbang
58	Sunardi	Kedungbanteng
59	Fino Al Faro	Kembaran
60	Katamsah	Kedungbanteng
61	Siti Fatimah	Kembaran
62	Riska Alfiansi	Purwokerto Barat
63	Fauzi Affan	Kedungbanteng
64	Rohyati	Kembaran
65	Hamidah Kusumastuti	Kedungbanteng
66	Aji Prasetyo	Patikraja
67	Yanuar Ali	Sumbang
68	Septianingsih	Sumbang
69	Devi Lestianingsih	Baturaden
70	Alfia Anesya Putri Difa	Kembaran
71	Dwi Rizkiana Nur Azmi	Patikraja
72	Rossela	Purwokerto Timur

73	Triyono	Sumbang
74	Enowirda	Karanglewas
75	Dimas Setya Wardana	Karanglewas
76	Aulia Firda	Purwokerto Selatan
77	Maully	Purwokerto Timur
78	Izzatu Tazkiyah	Karanglewas
79	Entha Isvania	Purwokerto Selatan
80	Annisa Lutfiana	Baturaden
81	Azkiyatun Nurlailiyaj	Sokaraja
82	Aprilia Farahitaa	Purwokerto Timur
83	Iim	Baturaden
84	Aulia Hilda	Karanglewas
85	Duea Amalia Fauzi	Patikraja
86	Dwi Riana Devitasari	Patikraja
87	Iip Parikesit A.R	Purwokerto Utara
88	Sani	Purwokerto Utara
89	Zidan Annabil	Purwokerto Utara
90	Lisa Arifatul Fajri	Purwokerto Timur
91	Indana Qurrotul Aeni	Purwokerto Barat
92	Fenita Riyanti	Karanglewas
93	Tika Azizah	Purwokerto Timur
94	Emi Prayekti	Kembaran
95	Laili Nur Faizah	Baturaden
96	Tsalisatun Nurkhikmah	Sumbang
97	Retno	Kembaran
98	Tias Sri Rahayu	Sumbang
99	Pia	Purwokerto Barat
100	Era Fazira Pratiwi	Karanglewas
101	Rafli Firmansah	Purwokerto Utara
102	Azizah	Karanglewas
103	Abdur Rouf	Baturaden
104	Arvelya	Karanglewas
105	Annisa Endah	Baturaden
106	Nisrina Tuhfatul Azizah	Patikraja
107	Hilda Ariyani Muswara	Baturaden
108	Sarmila Agustin	Karanglewas
109	Maulidatun Ni'Mah	Baturaden
110	Stevi Arini Agustina	Baturaden
111	Roziana Nur Aini	Kembaran

112	Siti Rokhayatun	Purwokerto Utara
113	Septi Setiowati	Karanglewas
114	Tia Nuraeni	Purwokerto Selatan
115	Risqi Utami	Purwokerto Utara
116	Friska Dwi	Kembaran
117	Kurniawati	Sokaraja
118	Endah Setiyani	Kedungbanteng
119	Khonsa Qurrotu Aini	Purwokerto Utara
120	Dea Renanda	Kembaran
121	Mel	Purwokerto Timur
122	Mutiara Ayu Lestari	Sumbang
123	Latifahhanum	Karanglewas
124	Heru	Patikraja
125	Han	Purwokerto Timur
126	Hana	Purwokerto Barat
127	Ramadhanila Hanun Muntazah	Purwokerto Timur
128	Ayniyah Nq	Sokaraja
129	Endah Kusniati	Sokaraja
130	Sholekha Istiqomah Widya Astutik	Sokaraja
131	Eti Wahyuningrum	Sokaraja
132	Nasiatun	Sokaraja
133	Muhammad Raafi	Sokaraja
134	Ma'Mun Santoso	Sokaraja
135	Fabian Dwi Budianto	Purwokerto Selatan
136	Daryati	Purwokerto Selatan
137	Tanti Riana	Purwokerto Selatan
138	Ade Kusmei	Purwokerto Selatan
139	Mutmainah	Purwokerto Selatan
140	Regita Eka Cahyani	Kedungbanteng
141	Budi Riswono	Purwokerto Selatan
142	Ulfa Khamidah	Purwokerto Timur
143	Annisa Laelatussyifa	Karanglewas
144	Dea Rianti	Sumbang
145	Sri Utami	Purwokerto Selatan
146	Desviani Istin Kurniawati	Patikraja
147	Admirah	Purwokerto Barat
148	April	Patikraja
149	Fiona Roselawati	Karanglewas



150	Sahidun	Purwokerto Barat
151	Isnaeni Hayati	Sokaraja
152	Ivana Maulia Rahmah	Sumbang
153	Rehan Raffi Rahmandhika	Purwokerto Barat
154	Mahiyah	Purwokerto Barat
155	Umi Amalia Nurul Hidayah	Purwokerto Timur
156	Sofiatun Eksa Saputri	Baturaden
157	Sidiq Nur Fahreza	Kembaran
158	Lulu	Patikraja
159	Revi Nur Fitriyani	Kembaran
160	Viki	Purwokerto Selatan
161	Rahma Avi Maulida	Kembaran
162	Ade Indah	Sumbang
163	Fita Nur Hidayah	Purwokerto Utara
164	Khansa Fauziah Darda	Purwokerto Utara
165	Hani Fatul	Kembaran
166	Atika	Kedungbanteng
167	Tuji Retnoasih	Sumbang
168	Feren Yolanda	Baturaden
169	Nabila	Sokaraja
170	Khusniatul Wahidah	Purwokerto Barat
171	Priska Ananda	Purwokerto Timur
172	Annida Maharani	Kembaran
173	Ainun Nisa	Sumbang
174	Anung Galih Sutanto	Kedungbanteng
175	Ayu Retno	Baturaden
176	Muhammad Zidan Al Farisyi	Purwokerto Timur
177	Aflahhh	Purwokerto Timur
178	Ifana Diah Widianti	Purwokerto Timur
179	Quroetu Aini	Karanglewas
180	Asna	Patikraja
181	Aisyah	Purwokerto Utara
182	Wahyu Nur Hidayah	Purwokerto Timur
183	Danun Zainadin Zidan	Karanglewas
184	Retno Puji Rahayu	Kembaran
185	Dwi Zulfani	Sumbang
186	Asifa Nur Melani	Purwokerto Utara
187	Marsya Dilla	Purwokerto Barat
188	Sugino	Purwokerto Barat

189	Sofyan	Purwokerto Selatan
190	Toufik Hidayat	Purwokerto Selatan
191	Juwiranti	Purwokerto Barat
192	Sasi Suciningtias	Purwokerto Timur
193	Tukiman	Purwokerto Barat
194	Eko Supriyono	Purwokerto Selatan
195	Alfina Kharisma	Kedungbanteng
196	Septiyawati	Sumbang
197	Dwi Pangestu	Kembaran
198	Agus Widodo	Kedungbanteng
199	Feri Wibowo	Patikraja
200	Bayu Ari Darmawan	Sokaraja
201	Adelia Putri Ifosioni	Purwokerto Utara
202	Aprilia Mugi Rahayu	Purwokerto Utara
203	Lailatul Nuzulul Rokhmah	Purwokerto Utara
204	Muhammad Alvin	Karanglewas
205	Apeilia Roodiatul Istianah	Kedungbanteng
206	Ahmad Sultoni	Purwokerto Barat
207	Fajar Nurusbah	Purwokerto Barat
208	Agus Setiawan	Sumbang
209	Muhammad Dani	Karanglewas
210	Farid	Sokaraja
211	Mimin Mintarsih	Sumbang
212	Septi Muliana	Kedungbanteng
213	Risnawati	Patikraja
214	Muntasiroh	Karanglewas
215	Danis Pratama	Kembaran
216	Suheryani	Kembaran
217	Kania	Patikraja
218	Sobirin	Karanglewas
219	Abdul Ghofar	Sokaraja
220	Aminah	Sumbang
221	Sutiani	Kembaran
222	Syifaun Nikmah	Kembaran
223	Nk	Sokaraja
224	Adeline	Purwokerto Selatan
225	Sutinah	Kedungbanteng
226	N	Karanglewas
227	Kasmarani	Baturaden

228	Yuli	Karanglewas
229	Refiani	Purwokerto Barat
230	Asep Setiawan	Sokaraja
231	Kristanto	Sumbang
232	Indah Noviani	Patikraja
233	Hadi Suwito	Sumbang
234	Najla Salsabila	Patikraja
235	Wurani	Patikraja
236	Iin Retnowati	Purwokerto Selatan
237	Hendriyoko	Purwokerto Selatan
238	Sunarsih	Purwokerto Timur
239	Asmiyati	Purwokerto Timur
240	Waluyo	Purwokerto Timur
241	Supini	Purwokerto Timur
242	Nadia	Purwokerto Timur
243	Candra Kirana	Purwokerto Timur
244	Eli Sukini	Purwokerto Selatan
245	Suci Nurlani	Purwokerto Utara
246	Niken Aulia Ramadhani	Sokaraja
247	Putri Ajeng Azizah	Sokaraja
248	Annisa Farah	Sokaraja
249	Satinem	Patikraja
250	Imam Edi Saputra	Patikraja
251	Tina Hardianti	Patikraja
252	Novika	Purwokerto Timur
253	Pratama Alan	Karanglewas
254	Sephia Yunita	Patikraja
255	Mawada Turohman	Patikraja
256	Rohin	Sumbang
257	Ratmi Sumirah	Karanglewas
258	Inayatul Faizah	Karanglewas
259	Tugiari Ahmad Nurhadi	Karanglewas
260	Hardiman Tri Putranto	Purwokerto Selatan
261	Mei Astini	Sokaraja
262	Meli Agustiani	Kedungbanteng
263	Fery F	Patikraja
264	Khuzaematul Khasanah	Sokaraja
265	Ismi	Sokaraja
266	Rifat	Sokaraja

267	Cahyati Fitri	Sokaraja
268	Mufliah	Sokaraja
269	Rahajeng Bertaria Putri	Karanglewas
270	Defi Herlita	Sumbang
271	Sobirin	Baturaden
272	Hery	Baturaden
273	Abdul Muhsinin	Sokaraja
274	Amsonah	Patikraja
275	Ilham Aqil Muaffan	Sokaraja
276	Aminah	Karanglewas
277	Ari Susanti	Purwokerto Utara
278	Rini Nuryani	Patikraja
279	Fikoh Nur Azizah	Kembaran
280	Ansori	Kedungbanteng
281	Sapta Desy	Sumbang
282	Deeva Firdaus	Purwokerto Timur
283	Bukhori Ahya	Kedungbanteng
284	Syifaun Nikmah	Kedungbanteng
285	Dwi Triastuti	Kedungbanteng
286	Maryamah	Sokaraja
287	Utami Rahma Putri	Sokaraja
288	Aji	Kembaran
289	Galang Kumbara	Karanglewas
290	Nisa Nalatul	Sokaraja
291	Fitri Widiastuti	Patikraja
292	Wardah Tia	Baturaden
293	Alma	Kedungbanteng
294	Teguh Sasongko	Kedungbanteng
295	Putri Herawati	Kembaran
296	Putra Candra	Purwokerto Utara
297	Sendy Herdiansyah	Sumbang
298	Alfina Septiyawati	Patikraja
299	Khusnul Khotimah	Purwokerto Timur
300	Asep Tri Wibawa	Kembaran
301	Nurahman	Sokaraja
302	Tantri Puji Rahayu	Baturaden
303	Klara Diana Setyowati	Kembaran
304	Diana Setyowati	Purwokerto Selatan
305	Indah Noviani	Purwokerto Selatan

306	Oktavian	Baturaden
307	Sabila Oktaviani	Patikraja
308	Izal Pambudi	Purwokerto Selatan
309	Lola Amanda	Purwokerto Selatan
310	Azmi	Sokaraja
311	Fanisa Indah Rahayu	Purwokerto Selatan
312	Desta Nugraha	Purwokerto Selatan
313	Chloe	Purwokerto Selatan
314	Andy Yudianto	Purwokerto Selatan
315	Silvia Widya Pratama	Purwokerto Selatan
316	Mila Karmila Sari	Purwokerto Timur
317	Olinda	Sokaraja
318	Anisa Agustin	Karanglewas
319	Riska Ayu Setiani	Karanglewas
320	Nia	Purwokerto Utara
321	Husni Adabi	Sumbang
322	Ika Salma Yunianti	Sumbang
323	Lia	Purwokerto Utara
324	Febriani	Purwokerto Selatan
325	Puji	Sokaraja
326	Iqbal Ipmawan Yogatama	Patikraja
327	Martiana Fita Setiani	Purwokerto Barat
328	Maysin	Karanglewas
329	Venny Rismayanti	Sumbang
330	Firna	Kembaran
331	Melina	Kedungbanteng
332	Wida	Purwokerto Selatan
333	Lintang Umi Mahfudoh	Sokaraja
334	Khusnul Khotimah	Purwokerto Utara
335	Rakhmalia	Purwokerto Timur
336	Windi Pangestika	Baturaden
337	Nurul Fatmawati	Purwokerto Timur
338	Irkham Auladi	Sumbang
339	Naufal Azhar	Purwokerto Timur
340	Elsa Putri	Kedungbanteng
341	Kamila Andini	Kedungbanteng
342	Amelia Khaidar Ali	Purwokerto Barat
343	Fisit	Purwokerto Selatan
344	Arif Rahman Wicaksono	Sokaraja

345	Safril Mahbub	Karanglewas
346	Dwi Bagus Yudhistira	Sokaraja
347	Rose Yuliani	Kembaran
348	Sigit Prio Sumbodo	Sokaraja
349	M. Miftahuddin	Sokaraja
350	Murni Nur Jannah	Sokaraja
351	Inhatul Laela	Sokaraja
352	Elsa	Karanglewas
353	Asri	Purwokerto Timur
354	Ibnu Zaqi	Purwokerto Barat
355	Asta Listiana	Kembaran
356	Anida Anis C.	Purwokerto Utara
357	Marsyanda	Baturaden
358	Abdul Rofik	Purwokerto Utara
359	Fajar Adi Nugroho	Purwokerto Utara
360	Anis Safitri	Sokaraja
361	Wariah	Sokaraja
362	Krisnadi	Sokaraja
363	Musrifah Fathul Dinilah	Purwokerto Utara
364	Aski	Sokaraja
365	Yera	Sokaraja
366	Nania	Purwokerto Timur
367	Nirmala Pitaloka	Purwokerto Timur
368	Lila	Purwokerto Selatan
369	Dwi Oktavia	Kembaran
370	Assifa	Sumbang
371	Zahra Aulia Famida	Patikraja
372	Ayu	Sumbang
373	Nafal Qorif Wijiatmoko	Baturaden
374	Hilda Fauziyah Yulianti	Purwokerto Utara
375	Laksmi Dyah H	Patikraja
376	Annisa	Karanglewas
377	Arum	Karanglewas
378	Rizaldi Bahrianto	Purwokerto Selatan
379	Nanda Bagus Perwara	Purwokerto Selatan
380	Fanisa Indah Rahayu	Purwokerto Selatan
381	Amri Ikhsanul Amal	Kembaran
382	Yuli Permatasari	Kembaran
383	Deyan Wulan	Kembaran

384	Fathoni Azhar	Kembaran
385	Unik Sengkowati	Sumbang
386	Doni Kurniawan	Sumbang
387	Akmal Fahmi Utomo	Purwokerto Barat
388	Sabrina P	Purwokerto Barat
389	Rizqi Maulana	Purwokerto Barat
390	Yesika Nur Wanda	Sumbang
391	Harsini Hadi	Sumbang
392	Wanti	Sumbang
393	Rumilah	Sumbang
394	Ratna Muktiasih	Kembaran
395	Sara Windiana	Sumbang
396	Isti Rofiqoh	Sumbang
397	Laila Anggraeni	Kembaran
398	Ferry Ardiansyah	Sumbang
399	Darisun	Sumbang
400	Septiyani Dwi Maulina	Sumbang
401	Bangkit Juliawan	Kembaran
402	Yogi Setyawan	Kembaran
403	Giska Wahyuningsih	Kembaran
404	Niken Ayu Noviani	Kedungbanteng
405	Ferdy	Kedungbanteng
406	Lisda Nur S	Kedungbanteng
407	GINANJAR BENI W	Kedungbanteng
408	Naufal Ghani	Kedungbanteng
409	Anjar Anjani Putra	Purwokerto Barat
410	Risma Maulidya	Purwokerto Barat
411	Kholistiono	Kembaran
412	Saras Yulianti	Purwokerto Barat
413	Rofik Sajiyanto	Kembaran
414	Laela Nur Azizah	Purwokerto Barat
415	Novitasari	Purwokerto Barat
416	Karina Oktavia	Purwokerto Barat
417	Lintang Nuri	Kembaran
418	Faezah	Kembaran
419	Irbah Jihan	Kembaran
420	Nadia Khoerunnisa	Sumbang
421	Faiz Iqbal Hanis	Sumbang
422	Vianka	Kembaran

423	Khaela	Sumbang
424	Risky Prasetyo	Kedungbanteng
425	Fahru Wicaksono	Kedungbanteng
426	Imroatu Solikhah	Kedungbanteng
427	Angga Setiawan	Kembaran
428	Alif Prasetyo	Sumbang
429	Anisa Arifatun	Sumbang
430	Siti Marhamah	Sumbang
431	Muhammad Faizal Yusuf	Kedungbanteng
432	Nafisa Kamilia	Kedungbanteng
433	Maya Atika	Kedungbanteng
434	Lailatul Safika	Kedungbanteng
435	Alfina Mawarda	Sumbang





### Lampiran 3: Tabulasi Data

No.	Penggunaan Mobile Money											X_TOTAL
	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_10	X_11	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	50
3	5	4	5	3	4	3	4	2	4	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	43
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
6	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	39
7	4	4	1	4	4	4	2	4	2	4	4	37
8	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	46
9	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	37
10	4	4	4	5	3	5	5	2	4	4	5	45
11	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	42
12	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	43
13	4	4	5	3	5	5	4	3	3	4	4	44
14	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	41
15	2	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	46
16	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	39
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
19	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	39
20	4	5	5	5	3	5	3	3	4	5	5	47
21	4	4	4	4	5	5	4	2	3	5	4	44
22	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	51
23	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	40
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
25	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	51
26	4	4	4	3	5	5	4	2	4	2	3	40
27	3	2	3	4	2	4	1	3	4	5	5	36
28	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
29	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	49
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
31	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	39
32	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	39
33	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
34	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	24
35	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	51
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
37	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	45

38	5	4	3	5	4	5	4	3	3	3	5	<b>44</b>
39	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	<b>53</b>
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	<b>52</b>
41	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	<b>47</b>
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
43	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	<b>49</b>
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
46	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	<b>44</b>
47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>54</b>
48	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	<b>51</b>
49	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	<b>48</b>
50	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	<b>40</b>
51	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	<b>50</b>
52	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	<b>38</b>
53	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	<b>51</b>
54	2	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	<b>36</b>
55	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
56	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	<b>51</b>
57	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	<b>48</b>
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
59	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>51</b>
60	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>54</b>
61	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
63	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>51</b>
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
65	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>54</b>
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
68	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	<b>15</b>
69	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
70	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>42</b>
71	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>31</b>
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
73	3	3	3	3	5	5	3	1	1	2	3	<b>32</b>
74	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
75	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	<b>48</b>
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
77	3	3	3	5	3	5	4	3	5	5	5	<b>44</b>
78	5	5	5	2	3	4	4	4	4	3	3	<b>42</b>

79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
83	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	<b>51</b>
84	3	3	2	4	4	5	3	5	3	3	3	<b>38</b>
85	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	<b>35</b>
86	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	<b>47</b>
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
88	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	<b>46</b>
89	2	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
91	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	<b>49</b>
92	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>35</b>
93	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	<b>37</b>
94	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
95	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	<b>40</b>
96	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	<b>49</b>
97	5	5	5	5	2	5	4	2	3	4	4	<b>44</b>
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
99	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	<b>40</b>
100	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	<b>47</b>
101	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	2	<b>42</b>
102	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>41</b>
103	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>46</b>
104	4	3	4	5	3	4	2	3	1	2	2	<b>33</b>
105	3	4	2	4	3	4	3	2	2	3	2	<b>32</b>
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
107	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>54</b>
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
110	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	<b>51</b>
111	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>45</b>
113	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>53</b>
115	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	<b>52</b>
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
117	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	<b>52</b>
118	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	<b>50</b>
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>

120	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	<b>44</b>
121	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>45</b>
122	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	<b>49</b>
123	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	<b>37</b>
124	4	4	3	4	5	5	3	2	5	4	2	<b>41</b>
125	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	<b>50</b>
126	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>43</b>
127	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	<b>36</b>
128	2	2	3	2	5	5	3	2	3	4	4	<b>35</b>
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
130	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	<b>40</b>
131	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>39</b>
132	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>
133	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	<b>48</b>
134	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	<b>40</b>
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
142	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>51</b>
143	3	3	2	5	5	5	4	2	3	2	5	<b>39</b>
144	4	4	4	3	5	5	2	4	2	3	3	<b>39</b>
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
146	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>54</b>
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
148	5	5	5	5	2	2	3	2	2	4	2	<b>37</b>
149	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
151	5	5	5	3	3	4	3	4	4	3	5	<b>44</b>
152	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	<b>53</b>
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
155	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	<b>42</b>
156	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>43</b>
157	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
158	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	<b>47</b>
159	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	<b>49</b>
160	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	<b>45</b>

161	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	<b>46</b>
162	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	<b>46</b>
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
164	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	<b>53</b>
167	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	<b>38</b>
168	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	<b>41</b>
169	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	<b>49</b>
170	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	<b>38</b>
171	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	5	<b>32</b>
172	5	3	3	5	4	5	3	2	4	4	5	<b>43</b>
173	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	<b>31</b>
174	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>50</b>
175	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>54</b>
176	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	<b>50</b>
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
179	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
180	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	<b>37</b>
181	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	<b>41</b>
182	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	<b>42</b>
183	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
184	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	<b>42</b>
185	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	<b>40</b>
186	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	<b>46</b>
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
195	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>53</b>
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
197	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>51</b>
198	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>54</b>
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
201	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	<b>45</b>

202	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	51
203	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	41
204	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
205	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	46
206	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
207	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
209	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
211	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
212	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
213	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	49
214	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53
215	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
218	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	50
219	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
221	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	51
222	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
223	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	50
224	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	35
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
227	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	48
228	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
230	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	51
231	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
232	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
233	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	48
234	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
247	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	49
248	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	39
249	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	45
250	5	4	5	5	4	5	4	4	4	2	5	47
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
252	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	49
253	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	46
254	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	5	43
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
256	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	53
257	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	50
258	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	48
259	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	49
260	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	37
261	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	53
262	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	49
263	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52
264	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	48
265	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	45
266	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	4	40
267	3	3	4	4	2	4	1	2	4	4	3	34
268	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	30
269	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	50
270	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
271	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	46
272	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	46
273	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
274	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	45
275	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
276	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	47
277	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
279	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
280	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

284	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
285	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
286	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	52
287	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	53
288	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	50
289	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
290	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
291	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	51
292	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	51
293	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
294	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	46
295	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
296	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	53
297	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
298	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	46
299	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
300	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
301	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
302	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
303	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
304	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
305	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
306	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
307	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
308	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
309	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
310	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	49
311	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
312	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
313	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	51
314	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	44
315	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
316	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	41
317	4	4	3	4	5	5	5	2	5	4	3	44
318	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
319	5	5	5	5	3	4	4	2	3	4	4	44
320	5	5	3	5	3	4	5	4	4	5	5	48
321	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
322	3	3	4	4	5	1	2	5	1	4	3	35
323	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
324	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55



325	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	<b>43</b>
326	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
327	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	<b>48</b>
328	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>54</b>
329	3	3	3	3	5	4	4	3	4	5	4	<b>41</b>
330	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	<b>51</b>
331	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	<b>49</b>
332	5	4	4	5	4	5	5	2	4	5	4	<b>47</b>
333	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	<b>34</b>
334	1	1	5	4	5	5	4	3	4	4	4	<b>40</b>
335	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	<b>49</b>
336	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
337	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
338	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>52</b>
339	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
340	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>53</b>
341	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>54</b>
342	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	<b>53</b>
343	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
344	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	<b>41</b>
345	3	2	2	2	2	4	4	4	2	5	2	<b>32</b>
346	3	3	3	3	1	2	1	2	2	2	2	<b>24</b>
347	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	<b>44</b>
348	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	<b>46</b>
349	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
350	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>52</b>
351	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	<b>46</b>
352	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	<b>39</b>
353	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2	4	<b>32</b>
354	5	5	5	5	5	4	3	2	3	4	3	<b>44</b>
355	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	<b>41</b>
356	3	4	4	5	3	5	4	2	3	4	3	<b>40</b>
357	5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	5	<b>47</b>
358	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
359	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	<b>52</b>
360	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>46</b>
361	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	<b>50</b>
362	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
363	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	<b>41</b>
364	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	<b>51</b>
365	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	5	<b>42</b>

366	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
367	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	<b>33</b>
368	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>33</b>
369	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	<b>42</b>
370	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	<b>34</b>
371	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	<b>50</b>
372	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	<b>36</b>
373	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	<b>47</b>
374	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	<b>40</b>
375	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	<b>45</b>
376	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	<b>46</b>
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
378	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	<b>41</b>
379	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	<b>45</b>
380	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	<b>51</b>
381	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	<b>38</b>
382	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	<b>49</b>
383	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	<b>50</b>
384	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>42</b>
385	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>45</b>
386	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
387	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>42</b>
388	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>50</b>
389	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	<b>47</b>
390	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>45</b>
391	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	<b>42</b>
392	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	<b>47</b>
393	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>
394	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
395	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>53</b>
396	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
397	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	<b>53</b>
398	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>43</b>
399	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	<b>38</b>
400	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
401	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>48</b>
402	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>44</b>
403	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>43</b>
404	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>50</b>
405	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>54</b>
406	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>

407	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
408	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	47
409	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	46
410	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	48
411	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	39
412	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
413	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	36
414	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
415	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	46
416	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	42
417	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
418	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
419	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
420	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	51
421	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
422	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
423	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
424	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	39
425	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	34
426	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
427	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
428	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	40
429	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
430	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	40
431	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	39
432	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
433	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	49
434	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
435	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	51

No.	Pola Konsumsi												Y_TOTAL
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y_11	Y_12	
1	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	43
4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	42
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
6	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	44
7	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	36
8	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	44
9	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	37
10	5	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	2	43
11	1	3	1	2	2	4	2	3	4	1	4	1	28
12	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	41
13	3	4	5	3	4	2	5	4	4	4	2	2	42
14	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	2	38
15	5	3	5	4	2	1	3	3	4	4	3	1	38
16	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	5	5	5	5	1	1	5	2	5	5	5	5	49
19	3	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	2	41
20	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2	3	3	34
21	5	5	3	4	4	5	4	2	3	5	3	1	44
22	3	3	5	3	4	5	5	4	4	3	4	1	44
23	5	4	4	3	3	2	4	4	4	2	2	2	39
24	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	49
25	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3	55
26	5	5	5	5	4	5	4	5	5	2	1	4	50
27	4	3	4	2	5	4	2	5	1	5	4	4	43
28	4	4	4	3	3	3	5	3	4	3	3	2	41
29	3	3	5	3	5	3	5	4	2	2	4	3	42
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
31	4	3	5	3	3	1	3	1	3	2	3	1	32
32	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	44
33	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	2	1	49
34	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
35	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	48
36	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	40
37	5	5	5	3	3	1	4	3	2	3	4	1	39
38	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	3	1	48
39	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	5	2	51

40	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	1	5	51
41	5	5	4	5	2	5	5	5	3	4	3	1	47
42	5	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	1	46
43	3	4	5	2	2	3	2	3	4	1	1	1	31
44	3	3	4	2	4	2	5	3	2	2	3	2	35
45	5	5	5	3	4	1	5	5	4	4	5	1	47
46	5	4	5	3	3	2	3	3	4	2	4	3	41
47	5	5	4	4	5	2	4	5	1	1	2	1	39
48	5	5	5	4	1	1	4	1	2	2	4	1	35
49	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	38
50	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	41
51	3	4	5	5	3	3	5	3	4	3	2	1	41
52	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	41
53	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	1	46
54	2	3	5	3	1	3	3	3	3	3	3	1	33
55	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3	42
56	5	5	5	5	1	1	5	3	3	3	3	3	42
57	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	2	41
58	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	50
59	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	53
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
61	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	55
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	57
63	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	54
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	46
65	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	53
66	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	55
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
68	3	3	5	3	3	1	5	3	3	3	5	3	40
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	44
70	5	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	50
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
72	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	1	40
73	2	3	5	5	5	1	1	1	1	1	3	1	29
74	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	3	43
75	2	3	4	2	4	2	5	3	3	3	3	3	37
76	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	2	41
77	4	2	5	5	1	1	3	4	5	3	1	1	35
78	4	5	4	3	3	4	5	3	4	3	2	2	42
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

<b>81</b>	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
<b>82</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	<b>46</b>
<b>83</b>	4	4	5	3	3	1	3	3	3	2	4	3	<b>38</b>
<b>84</b>	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	4	3	<b>41</b>
<b>85</b>	4	3	5	2	2	2	4	3	2	2	3	2	<b>34</b>
<b>86</b>	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	2	2	<b>39</b>
<b>87</b>	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	<b>56</b>
<b>88</b>	5	5	5	4	2	2	4	3	3	4	4	4	<b>45</b>
<b>89</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	1	<b>40</b>
<b>91</b>	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	<b>48</b>
<b>92</b>	5	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	<b>39</b>
<b>93</b>	4	4	3	3	4	1	3	2	1	1	3	1	<b>30</b>
<b>94</b>	5	3	5	4	3	4	5	5	5	3	5	3	<b>50</b>
<b>95</b>	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	2	<b>41</b>
<b>96</b>	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	<b>41</b>
<b>97</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	<b>45</b>
<b>98</b>	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	2	<b>38</b>
<b>99</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	<b>41</b>
<b>100</b>	3	4	5	4	2	1	4	1	2	1	4	1	<b>32</b>
<b>101</b>	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	2	<b>37</b>
<b>102</b>	4	4	4	3	4	5	5	4	2	2	2	1	<b>40</b>
<b>103</b>	3	3	5	3	4	2	4	1	5	3	5	1	<b>39</b>
<b>104</b>	3	3	5	4	4	1	4	4	4	3	4	1	<b>40</b>
<b>105</b>	2	4	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	<b>32</b>
<b>106</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
<b>107</b>	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	3	2	<b>44</b>
<b>108</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	<b>44</b>
<b>109</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
<b>110</b>	5	5	5	4	1	1	4	3	5	1	4	1	<b>39</b>
<b>111</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	<b>46</b>
<b>112</b>	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	<b>40</b>
<b>113</b>	5	5	5	5	4	2	1	4	1	2	4	1	<b>39</b>
<b>114</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	2	1	<b>44</b>
<b>115</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
<b>116</b>	5	5	5	4	3	3	5	3	4	3	5	3	<b>48</b>
<b>117</b>	5	5	5	2	4	2	5	2	5	4	2	2	<b>43</b>
<b>118</b>	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3	5	2	<b>47</b>
<b>119</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
<b>120</b>	5	5	5	2	4	4	5	5	3	1	2	1	<b>42</b>
<b>121</b>	4	4	3	3	4	5	4	4	3	1	3	1	<b>39</b>

122	5	5	5	3	5	3	5	3	1	1	5	1	42
123	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
124	1	1	5	5	4	1	5	3	1	1	5	1	33
125	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
126	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	44
127	2	3	2	2	3	5	4	3	3	3	2	2	34
128	3	3	4	2	4	2	4	2	2	3	2	2	33
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
130	3	3	1	3	3	4	4	3	3	2	3	2	34
131	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	4	2	35
132	2	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2	2	32
133	4	4	1	3	5	5	4	5	5	3	1	3	43
134	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	1	38
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
138	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
140	5	5	5	4	4	3	5	4	4	3	5	1	48
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	56
143	5	5	5	3	3	1	3	4	3	3	5	5	45
144	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	2	39
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
146	5	5	5	5	1	1	5	5	1	3	5	1	42
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
148	2	3	4	4	4	5	2	3	2	2	2	1	34
149	3	5	5	3	4	2	4	4	2	2	2	1	37
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
151	3	4	4	2	3	2	4	4	2	2	4	1	35
152	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	3	3	50
153	5	5	5	4	3	1	5	1	2	3	4	2	40
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
155	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	2	2	44
156	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3	1	42
157	5	5	5	5	3	5	5	2	2	2	3	2	44
158	5	5	5	4	4	2	4	3	1	1	4	1	39
159	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	57
160	4	4	5	2	2	1	5	3	2	3	2	2	35
161	5	4	4	3	4	2	4	2	3	2	3	1	37
162	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2	5	3	50

163	5	5	5	5	3	1	3	3	3	1	5	1	40
164	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	41
165	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	3	51
166	5	5	5	4	2	5	5	3	5	1	4	5	49
167	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	2	1	38
168	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	31
169	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	51
170	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	39
171	5	5	5	4	3	5	5	4	4	2	2	2	46
172	5	5	5	3	3	3	2	3	2	2	1	1	35
173	3	3	1	3	1	1	4	2	3	3	2	2	28
174	5	5	5	5	2	1	2	2	1	1	4	1	34
175	5	5	5	4	5	5	5	5	3	2	4	2	50
176	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	54
177	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	1	49
178	4	3	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	38
179	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	1	36
180	4	3	4	2	2	4	4	3	3	3	4	1	37
181	3	4	5	4	4	4	3	2	3	2	3	2	39
182	3	3	5	5	2	2	3	3	3	3	4	2	38
183	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	44
184	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	42
185	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	2	38
186	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	49
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
195	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	56
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
197	5	4	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	48
198	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	55
199	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
200	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	55
201	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	1	1	38
202	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2	2	2	45
203	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	2	41



204	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	54
205	3	3	5	2	5	1	4	3	2	2	3	2	35
206	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56
207	5	5	3	5	4	3	5	5	4	5	5	5	54
208	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	55
209	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
210	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	56
211	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
212	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
213	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	52
214	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	53
215	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
217	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	54
218	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	55
219	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	45
220	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	54
221	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3	4	51
222	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
223	5	4	5	5	2	1	2	2	1	1	4	1	33
224	4	4	3	2	2	5	3	5	4	2	2	2	38
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
226	5	5	5	5	5	2	5	5	5	1	2	1	46
227	4	5	4	4	5	5	3	3	4	3	3	1	44
228	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4	48
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
230	4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	3	3	49
231	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
232	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3	3	3	50
233	4	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	43
234	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	50
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
247	5	4	5	5	3	2	4	2	3	2	4	2	41
248	4	4	5	4	2	2	3	4	1	1	3	1	34
249	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	3	46
250	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
251	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	57
252	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	41
253	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
254	5	4	5	4	3	2	4	3	2	3	4	1	38
255	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	58
256	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	56
257	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	48
258	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	1	41
259	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
260	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	38
261	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3	51
262	5	5	4	3	5	4	2	2	3	2	5	4	44
263	5	3	5	3	4	1	3	3	1	1	5	1	35
264	4	4	5	5	2	5	5	5	3	3	2	1	44
265	2	5	5	4	3	1	5	3	2	1	3	1	35
266	4	5	4	3	3	2	4	3	3	2	2	2	37
267	4	5	5	4	1	1	5	3	3	1	2	1	35
268	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
269	5	5	5	4	3	2	4	3	2	2	4	1	40
270	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	54
271	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
272	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	47
273	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	53
274	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	52
275	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	56
276	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	3	51
277	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
280	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
283	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	54
284	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	54
285	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	52

286	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	54
287	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
289	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	56
290	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	55
291	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	5	54
292	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	52
293	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	51
294	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	47
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
296	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	58
297	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
298	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	53
299	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4	53
300	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	3	4	50
301	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
302	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	55
303	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	56
304	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	55
305	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	54
306	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	53
307	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4	53
308	4	4	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4	48
309	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	56
310	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	53
311	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
312	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	47
313	5	4	5	5	2	5	4	5	4	5	4	5	53
314	4	4	5	3	5	5	5	4	4	3	3	4	49
315	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
316	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	43
317	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5	4	5	52
318	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	39
319	4	2	5	3	2	2	2	2	2	2	5	2	33
320	5	5	5	5	3	3	4	4	5	2	5	1	47
321	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	58
322	3	2	5	5	1	5	5	5	5	5	1	1	43
323	5	5	5	5	5	2	5	2	1	2	5	1	43
324	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
325	3	5	5	3	3	4	5	2	3	2	2	2	39
326	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

327	5	5	5	5	3	2	3	4	4	3	4	1	44
328	5	5	5	5	2	1	5	1	5	3	5	1	43
329	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
330	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	56
331	5	5	5	5	3	4	5	3	4	4	3	4	50
332	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	54
333	2	3	5	3	2	2	3	2	1	2	3	1	29
334	4	4	3	2	3	4	5	4	4	4	3	2	42
335	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
336	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4	49
337	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	3	4	50
338	4	4	5	3	4	5	5	3	4	3	3	3	46
339	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	57
340	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	50
341	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	54
342	4	5	5	3	4	5	3	4	2	2	4	1	42
343	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
344	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	46
345	2	3	2	3	3	3	5	4	4	3	2	3	37
346	2	3	1	1	5	5	3	3	3	3	1	5	35
347	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	2	45
348	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
349	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	56
350	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	55
351	5	5	5	5	5	3	3	4	2	2	4	2	45
352	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	2	2	42
353	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	18
354	5	5	5	5	3	3	4	2	4	3	1	3	43
355	4	4	4	4	4	2	5	3	3	2	3	2	40
356	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	1	43
357	5	3	5	3	5	5	2	3	2	4	2	2	41
358	4	4	5	3	4	4	5	3	4	3	3	4	46
359	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	52
360	4	4	5	3	3	3	5	3	4	4	3	4	45
361	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
362	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	43
363	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	45
364	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	2	52
365	5	4	1	4	4	5	5	5	4	4	2	1	44
366	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
367	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

368	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
369	3	4	5	3	4	3	4	3	4	2	2	1	38
370	3	4	3	3	4	2	4	3	4	2	2	4	38
371	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	2	51
372	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
373	5	4	5	3	4	3	5	2	1	1	5	1	39
374	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	39
375	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	51
376	4	4	4	3	5	4	5	3	3	2	3	1	41
377	4	4	5	5	3	2	3	3	2	2	3	2	38
378	4	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	44
379	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	47
380	4	4	5	3	5	5	2	4	4	3	3	4	46
381	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	40
382	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	2	2	46
383	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	2	3	43
384	5	4	4	3	3	3	5	3	3	3	2	3	41
385	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	48
386	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
387	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	45
388	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
389	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	3	4	46
390	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	48
391	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3	45
392	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	54
393	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	41
394	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	42
395	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	44
396	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
397	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	2	4	52
398	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	42
399	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
400	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
401	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	48
402	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	43
403	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	40
404	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	49
405	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	57
406	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	49
407	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	52
408	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45

409	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	52
410	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	49
411	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	3	37
412	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	52
413	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	40
414	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
415	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	46
416	4	4	5	2	3	3	4	3	4	4	3	3	42
417	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
418	4	4	5	2	3	3	4	3	4	3	2	3	40
419	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	41
420	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	55
421	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	52
422	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	41
423	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	49
424	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
425	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	42
426	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	57
427	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	49
428	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	42
429	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
430	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
431	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	42
432	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	55
433	5	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	3	51
434	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	56
435	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	52

**Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian**

**A. Penggunaan Mobile Money (X)**

**UJI VALIDITAS**

**Correlations**

		X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_10	X_11	X_TOT AL
X_1	Pearson	1	.786	.687	.586	.514	.532	.558	.481	.571	.465	.574	.778**
	Correlati on		**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_2	Pearson	.786	1	.762	.554	.502	.517	.576	.479	.545	.460	.551	.774**
	Correlati on	**		**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_3	Pearson	.687	.762	1	.547	.556	.541	.587	.462	.578	.473	.607	.780**
	Correlati on	**	**		**	**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_4	Pearson	.586	.554	.547	1	.567	.577	.554	.463	.541	.501	.639	.747**
	Correlati on	**	**	**		**	**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_5	Pearson	.514	.502	.556	.567	1	.708	.653	.611	.648	.542	.643	.798**
	Correlati on	**	**	**	**		**	**	**	**	**	**	
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435

X_6	Pearson	.532	.517	.541	.577	.708	1	.663	.464	.627	.539	.676	.781**
	Correlati	**	**	**	**	**		**	**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_7	Pearson	.558	.576	.587	.554	.653	.663	1	.585	.698	.587	.651	.820**
	Correlati	**	**	**	**	**	**		**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_8	Pearson	.481	.479	.462	.463	.611	.464	.585	1	.717	.613	.588	.756**
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_9	Pearson	.571	.545	.578	.541	.648	.627	.698	.717	1	.698	.682	.848**
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_10	Pearson	.465	.460	.473	.501	.542	.539	.587	.613	.698	1	.617	.755**
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_11	Pearson	.574	.551	.607	.639	.643	.676	.651	.588	.682	.617	1	.832**
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	on												
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	tailed)												
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435
X_TOT	Pearson	.778	.774	.780	.747	.798	.781	.820	.756	.848	.755	.832	1
	Correlati	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
AL	on												



Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435	435

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

## B. Pola Konsumsi (Y)

### UJI VALIDITAS

#### 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_TOT AL
Y_1	Pearson Correlation	1	.749**	.504**	.467**	.393**	.361**	.483**	.469**	.429**	.395**	.386**	.380**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_2	Pearson Correlation	.749**	1	.465**	.452**	.422**	.399**	.491**	.470**	.419**	.368**	.331**	.385**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_3	Pearson Correlation	.504**	.465**	1	.393**	.296**	.176**	.362**	.278**	.283**	.247**	.352**	.242**	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_4	Pearson Correlation	.467**	.452**	.393**	1	.267**	.254**	.318**	.333**	.317**	.364**	.473**	.318**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435

Y_5	Pearson Correlation	.39	.42	.29	.26	1	.61	.43	.57	.39	.46	.32	.51	.697**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_6	Pearson Correlation	.36	.39	.17	.25	.61	1	.45	.69	.58	.57	.15	.57	.733**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_7	Pearson Correlation	.48	.49	.36	.31	.43	.45	1	.49	.52	.47	.25	.42	.674**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_8	Pearson Correlation	.46	.47	.27	.33	.57	.69	.49	1	.58	.59	.25	.54	.770**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
Y_9	Pearson Correlation	.42	.41	.28	.31	.39	.58	.52	.58	1	.69	.29	.65	.765**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433
Y_10	Pearson Correlation	.39	.36	.24	.36	.46	.57	.47	.59	.69	1	.40	.74	.791**
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433

	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
	Pearson	.38	.33	.35	.47	.32	.15	.25	.25	.29	.40	1	.42	.558**
	Correlation	6**	1**	2**	5**	4**	4**	5**	3**	3**	0**		1**	
Y_11	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.000
		0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		0	
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
	Pearson	.38	.38	.24	.31	.51	.57	.42	.54	.65	.74	.42	1	.786**
	Correlation	0**	5**	2**	8**	6**	6**	2**	8**	0**	0**	1**		
Y_12	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.000
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435
	Pearson	.69	.68	.51	.57	.69	.73	.67	.77	.76	.79	.55	.78	1
	Correlation	0**	3**	4**	9**	7**	3**	4**	0**	5**	1**	8**	6**	
Y_TOT	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
AL		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	435	435	435	435	435	435	435	435	433	435	435	435	435

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

**Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

**UJI RELIABILITAS**

**A. Penggunaan Mobile Money (X)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.939	11

**B. Pola Konsumsi (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.900	12

**Lampiran 6: Hasil Uji Korelasi Rank Spearman**

**UJI KORELASI RANK SPEARMAN**

**Penggunaan Mobile Money (X) Terhadap Pola Konsumsi (Y)**

**Correlations**

			PENGGUNAAN MOBILE MONEY	POLA KONSUMSI
Spearman's rho	PENGGUNAAN MOBILE MONEY	Correlation Coefficient	1.000	.761**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	435	435
	POLA KONSUMSI	Correlation Coefficient	.761**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	435	435

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

## Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Ordinal

### UJI REGRESI ORDINAL

#### Penggunaan Mobile Money (X) Terhadap Pola Konsumsi (Y)

##### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
polakonsumsi	Rendah	2	0.5%
	Sedang	168	38.6%
	Tinggi	265	60.9%
mobilemoney	Rendah	3	0.7%
	Sedang	75	17.2%
	Tinggi	357	82.1%
Valid		435	100.0%
Missing		0	
Total		435	

##### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	128.837			
Final	13.965	114.873	2	.000

Link function: Logit.

##### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	.233	2	.890
Deviance	.416	2	.812

Link function: Logit.

**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.232
Nagelkerke	.309
McFadden	.190

Link function: Logit.

**Parameter Estimates**

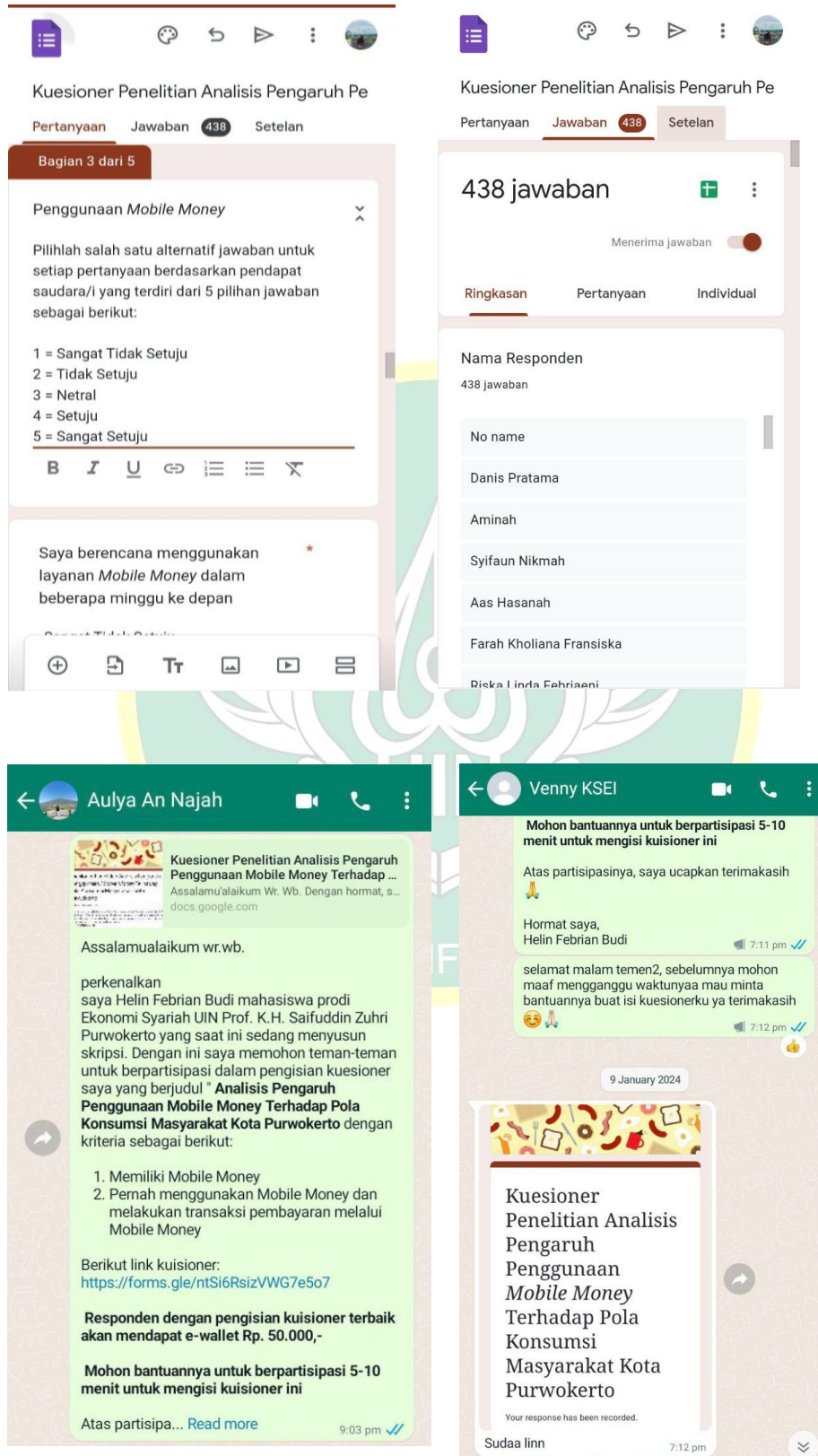
	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Threshold	[polakonsumsi = 1]	-7.603	1.045	52.914	1	.000	-9.651	-5.554
	[polakonsumsi = 2]	-.945	.118	64.224	1	.000	-1.176	-.714
Location	[mobilemoney=1]	-6.917	1.602	18.655	1	.000	-10.056	-3.778
	[mobilemoney=2]	-3.093	.392	62.183	1	.000	-3.862	-2.324
	[mobilemoney=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



## Lampiran 8: Bukti Penyebaran Kuesioner





Penyebaran Kuesioner di Rumah Makan Kawasan Purwokerto



Penyebaran Kuesioner di Pusat Perbelanjaan Kawasan Purwokerto



Penyebaran Kuesioner di Universitas Kawasan Purwokerto



Penyebaran Kuesioner di Sarana Olahraga Kawasan Purwokerto



## Lampiran 9: Hasil Cek Similaritas



## Lampiran 10: Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

Nama : Helin Febrianbudi  
NIM : 2017201071  
Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 06 Februari 2002  
Alamat Rumah : Klapagading Kulon RT 04 RW 10 Kecamatan  
Wangon, Kab. Banyumas

#### Nama Orang Tua

Nama Ayah : Budi Riswono  
Nama Ibu : Neti Kusnari

#### B. Riwayat Pendidikan

1. TK : TK Diponegoro Ranjingan
2. SD : SD N Ranjingan
3. SMP : SMP N 1 Wangon
4. SMA/K : SMK N 1 Purwokerto
5. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

#### C. Pengalaman Organisasi

1. Koordinator Bidang Pengabdian Masyarakat – Pengurus Unit Pos Kesehatan Pesantren (POSKESTREN)
2. Anggota – Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI) FEBI UIN Saizu Purwokerto
3. Staff Departemen Public Relation – Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI) FEBI UIN Saizu Purwokerto