

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, TRANSAKSI
NON-TUNAI DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI 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:

NADIA NUNGKI WIBOWO
NIM. 214110202211

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Nungki Wibowo
NIM : 214110202211
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-money*, Transaksi Non-Tunai dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

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

Purwokerto, 9 April 2025



Nadia Nungki Wibowo
NIM. 214110202211

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: febi.uinsu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, TRANSAKSI NON-TUNAI DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI PURWOKERTO

Yang disusun oleh Saudara NADIA NUNGKI WIBOWO NIM 214110202211 Program Studi S-1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis, 17 April 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. H. Pathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E.
NIP. 19950314 202012 1 010

Pembimbing/Penguji

Dr. H. A. Luthfi Hamdi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

Purwokerto, 20 April 2025

Mengesahkan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Dekan,



Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telahah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Nadia Nungki Wibowo NIM 214110202211 yang berjudul:

Pengaruh Penggunaan *E-Money*, Transaksi Non-Tunai dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

Wassalamualaikum Wr.Wb

Purwokerto, 09 April 2025
Pembimbing



Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, TRANSAKSI NON-TUNAI DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI PURWOKERTO

Nadia Nungki Wibowo
NIM. 214110202211

E-mail: nadianungkiwibowo@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin pesat menggeser peran uang tunai dalam melakukan kegiatan ekonomi. Munculnya berbagai instrumen pembayaran seperti *e-money* dan layanan transaksi non-tunai membuat masyarakat meninggalkan transaksi secara langsung. Penerimaan atas teknologi baru dapat dilihat melalui teori penerimaan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dalam teori ini disebutkan bahwa penerimaan teknologi didasari oleh 2 faktor utama, yaitu kemudahan pengguna dan kemanfaatan. Disisi lain kemajuan teknologi juga dapat memberikan dampak negatif terkait perubahan pola konsumsi, khususnya dikalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel baik secara simultan maupun parsial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $-3,975 > -1,649$, 2) transaksi non-tunai terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 3,8851 > 1,649$, 3) promosi terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 10,262 > 1,649$. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,394 atau sebesar 39,4% yang berarti ketiga penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi memberikan pengaruh sebesar 39,4% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto.

Kata Kunci: *E-money*, Transaksi Non-Tunai, Promosi, Perilaku Konsumtif

**THE INFLUENCE OF E-MONEY USAGE, NON-CASH TRANSACTIONS
AND PROMOTIONS ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOUR OF
STUDENTS IN PURWOKERTO**

Nadia Nungki Wibowo
NIM. 214110202211

Email: nadianungkiwibowo@gmail.com

Study Program of Islamic Banking
Islamic Economic and Business Faculty State
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The rapid development of the times has shifted the role of cash in conducting economic activities. The emergence of various payment instruments such as e-money and non-cash transaction services has made people leave direct transactions. Acceptance of new technology can be seen through the Technology Acceptance Model (TAM) acceptance theory. In this theory, it is stated that technology acceptance is based on 2 main factors, namely user convenience and usefulness. On the other hand, technological advances can also have a negative impact related to changes in consumption patterns, especially among students. This study aims to determine the effect of using e-money, non-cash transactions and promotions on the consumptive behaviour of students in Purwokerto.

This study uses a quantitative approach with purposive sampling technique. Data collection techniques in this study were carried out by distributing questionnaires. Data analysis was carried out using multiple linear regression to determine the effect of each variable both simultaneously and partially.

The results of this study indicate that: 1) the use of e-money on consumptive behaviour has a sig value of $0.000 < 0.05$ and a value of $-3.975 > -1.649$, 2) non-cash transactions on consumptive behaviour has a sig value of $0.000 < 0.05$ and a tcount value of $3.8851 > 1.649$, 3) promotion on consumptive behaviour has a value of $0.000 < 0.05$ and a tcount value of $10.262 > 1.649$. The Adjusted R Square value is 0.394 or 39.4% which means that the three uses of e-money, non-cash transactions and promotions have an influence of 39.4% on the consumptive behaviour of students in Purwokerto.

Keywords: E-money, Non-Cash Transactions, Promotion, Consumptive Behaviour

MOTTO

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

(Q.S. Al-Ghafir-44)

“Berdirilah diatas kaki sendiri dan jangan pernah bergantung kepada orang lain”

(Nadia Nungki Wibowo)



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. Pedoman Transliterasi Arab-Latin, dengan beberapa penyesuaian sebagai berikut:

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	ħ	h	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
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	ẓ	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
هـ	ha’	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

ع دة	ditulis	‘iddah
------	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(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 dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ’
----------------	---------	--------------------

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

زكاة لفطر	ditulis	Zakât al-fiṭr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

(-)	Fathah	ditulis	a
(ِ -)	Kasrah	ditulis	i
(ُ -)	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya’ mati	ditulis	A
	تنس	ditulis	Tansa

3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	ك ر ي م	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	ف ر و ض	ditulis	Furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قَوْل	Ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أُتِدَّتْ	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

الْقِيَاس	Ditulis	al-qiyâs
-----------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	As-samâ
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذَوِى الْفُرُوضِ	Ditulis	Zawi al-furûd
------------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, atas berkat, Rahmat serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Penggunaan *E-Money*, Transaksi Non-Tunai dan Promosi Terhadap Mahasiswa di Purwokerto" untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita tergolong umatnya yang akan mendapatkan pertolongan di hari kiamat, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari tentu masih banyak kelemahan dan kekurangan. Peneliti juga menyadari berkat pertolongan Allah SWT dan dukungan, bimbingan, serta bantuan semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan dukungan baik materi maupun non materi demi terselesaikannya penelitian ini. Peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Mag. selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E.,M.Si., Koordinator Program Studi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, arahan, motivasi, dan ilmu yang diberikan sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik, serta waktu yang diberikan ditengah kesibukan namun tetap bersedia untuk membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini. Peneliti memohon maaf apabila selama bimbingan terdapat kesalahan baik perkataan maupun perbuatan yang di sengaja atau tidak di sengaja.
12. Segenap dosen, staff, tata usaha dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Yono dan Ibu Jamilah. terima kasih telah mengantarkan putri kecilnya untuk selalu mengejar pendidikannya. Terima kasih atas segala dukungan materil maupun non-materil yang telah diberikan serta setiap doa yang dipanjatkan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik. Terima kasih atas kasih sayang, cinta dan doa yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis selalu dalam lindungan-Nya.
14. Kepada adikku yang bernama Dewi Lutfiatun Naja. Terima kasih sudah menjadi penghibur dan membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Semoga kelak kamu dapat meraih segala mimpi dan cita-citamu.
15. Kepada Penulis Skripsi ini, yaitu Nadia Nungki Wibowo. Terima kasih atas segala proses yang dilalui, terima kasih untuk memilih tidak menyerah. Ayo tumbuh dan bertemu hal-hal baik lebih banyak lagi.

16. Kepada *Google Maps* Purwokertoku, Nabilah Syahada Azaria. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik disegala kondisi, menjadi pendengar, teman cerita dan teman kulineran di Purwokerto. Terima kasih atas segala bantuan, support dan selalu yakin kepada penulis atas segala rencana yang penulis susun. Semoga dikehidupan yang lain, kita tetap berteman dan selalu bertemu hal-hal baik.
17. Kepada Teman terdekatku, Dhea Sekar Arum. Terima kasih sudah menjadi partner tumbuh dalam segala ketidakmungkinan ini. Terima kasih selalu melibatkan penulis dalam setiap proses, terima kasih selalu menjadi pendengar keluh kesah penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk semua bantuan dan uluran tangan yang diberikan kepada penulis ketika penulis merasa kesulitan, terima kasih atas informasi dan catatan yang selalu diberikan kepada penulis dalam setiap perkuliahan.
18. Kepada Teman terdekatku, Vitara dan Windita Aaliyah. Terima kasih telah menjadi teman kamar yang baik. Terima kasih selalu siap untuk menjadi teman cerita dan pendengar yang baik atas hari-hari berat yang sudah dilalui. Semoga hal-hal baik selalu menyertai kalian.
19. Kepada teman kamar 309, Tuji Retno Asih, Shafanah Aulia dan Shafna Comala. Terima kasih atas segala bantuan dan setiap pelajaran hidup yang kalian berikan. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk tumbuh bersama dikamar 309. Terima kasih atas segala hal-hal baik yang kalian ajarkan.
20. Kepada Adek-adek 107, Ngifah dan Yayi Rifdah Ananta. Terima kasih selalu menjadi penghibur kakak-kakak angkatan 21 di 107. Terima kasih atas segala hal baik yang dilakukan untuk penulis.
21. Kepada Anggota Grup Elmumtaz, Siti Fatimah dan Dhea Sekar. Terima kasih sudah memberikan motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Terima kasih untuk segala informasi akademik yang selalu dibagikan kepada penulis sehingga penulis tidak merasa kesulitan.
22. Kepada teman seperjuangan, Siska Yulia Nita, Adelillah Nurillah dan Mutiara Putri. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis.

Terima kasih atas kepercayaan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tanpa rasa malas.

23. Kepada Kakak Tingkat. Arina Nur Arofah, Siti Hanifah, Siti Nurjanah, Maulida Fitriyani, Risma Anggun dan Yanuar Dwiki Viali. Terima kasih telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini mulai dari outline pengajuan judul hingga skripsi ini selesai. Semoga kebaikan selalu menyertai kalian.
24. Kepada BPH HMPS Perbankan Syariah 2023/2024. Sofar Maulana Azmi, Wahid Multazam dan Zelga Amanda Putri. Terima kasih atas segala kesempatan dan waktu yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat berproses di HMPS dengan baik. Terima kasih telah menjadi partner terbaik dalam kehidupan organisasi dan bersedia membantu serta mendengarkan keluhan kesah peneliti selama kepengurusan.
25. Kepada anggota Divisi Wacil. Dhea Sekar, Richayanah, Lutfia Azzahroh, Siti Mulida Ma'lufah, Laeli Amalia, dan Lili Rochmatun. Terima kasih sudah menjadi bagian dari proses penulis. Terima kasih atas segala waktu, tenaga dan pikiran yang dicurahkan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tanggung jawab di satu periode Kepengurusan KMPS.
26. Kepada teman-teman HMJ PS Periode 2022/2023, HMPS PS Periode 2023/2024, KMPS Periode 2023/2024. Terima kasih telah menjadi bagian proses dari penulis. Terima kasih atas semua bantuan yang berikan selama kepengurusan berjalan. Semoga kemudahan selalu menyertai kalian
27. Kepada Staff IbiL 2023. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat berproses didalamnya. Terima kasih atas segala kenangan baik yang telah dilukiskan dan atas semua ilmu yang diberikan. Semoga kita tetap berteman baik
28. Kepada Keluarga Perbankan Syariah B'21. Terima kasih atas semua hal yang telah kita lewati bersama. Terima kasih atas uluran tangan ketika penulis membutuhkan bantuan. Terima kasih untuk tetap tinggal dan memilih berjalan beriringan. Terima kasih sudah kebersamaan penulis selama kurang lebih 4 tahun dibangku perkuliahan. Kalian orang-orangku No. 1 di Purwokerto.

29. Kepada Anggota Grup Klospren. Dhea Sekar, Meliana Dwi, Claresta Ramadina, Nabilah Syahada Azaria, dan Reza Islamiyah Fuad. Terima kasih telah kebersamaan penulis dari awal kuliah hingga penulisan skripsi ini selesai. Terima kasih sudah mengajak penulis untuk mencoba hal-hal baru. Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah berkenan bertukar cerita dan menjadi pendengar ketika penulis merasa kesal. Terima kasih sudah berkenan menjadi partner hunting bakso Purwokerto.
30. Kepada M. Afghani Risma dan Aflah Maula. Terima kasih sudah berkenan menjadi garda terdepan bagi anggota Klospren. Terima kasih atas segala bantuan dan segala hal yang diusahakan untuk penulis.
31. Kepada Teman Kabupaten, terima kasih karena masih menjadi tempat pulang paling nyaman.
32. Kepada kelompok KKN 71, terkhusus Galuh Martini Putri. Terima kasih atas kerjasama dan pengertiannya serta telah bersedia kebersamaan penulis dan menjadi bagian proses dari perkuliahan ini
33. Kepada semua pihak, yang tidak bisa saya sebut satu persatu namanya. Terima kasih telah menjadi bagian dari proses penulis. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.

Purwokerto, 08 April 2025


Nadia Nungki Wibowo
NIM. 214110202211

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Landasan Teologis	23
C. Penelitian Terdahulu	24
D. Kerangka dan Hipotesis Penelitian	28
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV	45
PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Karakteristik Responden	45
C. Hasil Analisa Data.....	50
D. Pembahasan.....	59
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Uang Elektronik	5
Tabel 2.1 Daftar Penyelenggara Uang Elektronik di Indonesia.....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Data Mahasiswa di Purwokerto 2022/2023	34
Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Masing-Masing Universitas	36
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Penelitian	37
Tabel 3.4 Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Kriteria Sampel Penelitian	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	48
Tabel 4.6 Status Penggunaan <i>E-money</i>	51
Tabel 4.7 Status Penggunaan Transaksi Non-tunai.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.14 Hasil Uji t	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Internet.....	1
Gambar 2.1 Model TAM.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	28
Gambar 3.1 Tabel Penentuan Sampel Isaac Michael.....	35



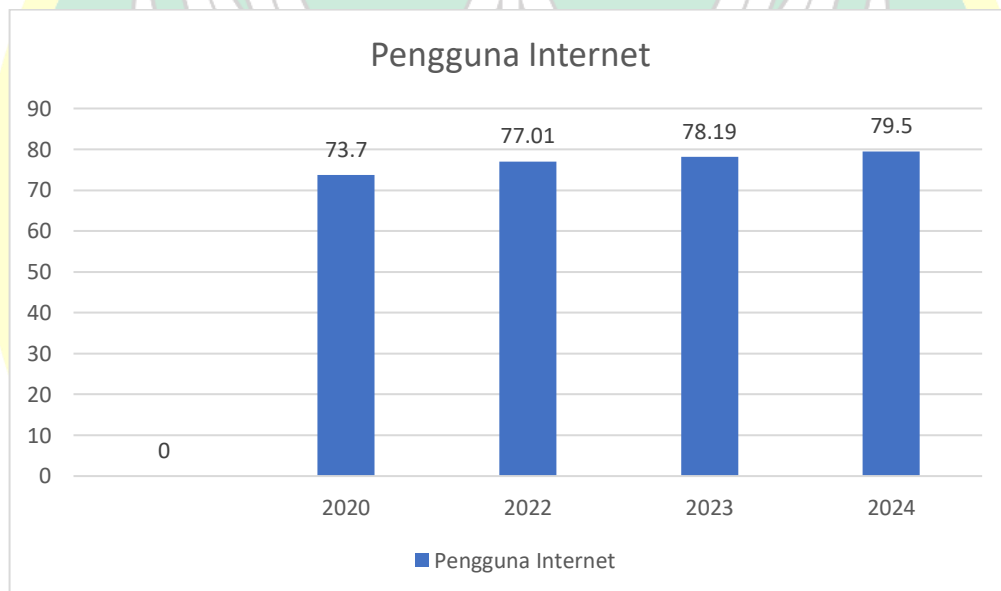
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern ini manusia dituntut untuk hidup berdampingan dengan teknologi. Teknologi yang semakin maju dan berkembang mendorong pembaruan-pembaruan dalam semua bidang kehidupan. Saat ini hampir semua aktivitas kehidupan manusia dilakukan secara digital, mulai dari bekerja, transportasi, konsultasi kesehatan, pariwisata dan belanja. Dengan kemajuan teknologi, kita dapat mengakses semua layanan dengan mudah bermodalkan *gadget* dan internet.

Gambar 1. 1 Penetrasi Internet



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil *survey* Penetrasi Internet Indonesia tahun 2024 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menampilkan data pengguna internet di Indonesia di tahun 2024 mencapai 79,5%. Angka ini meningkat 1,4% dari periode sebelumnya. Pada tahun 2020 penetrasi internet di Indonesia hanya mencapai 73,7% kemudian meningkat secara berurutan 77,01% pada tahun 2022 dan 78,19 di tahun 2023. Berdasarkan umur, pengguna internet mayoritas adalah gen Z (kelahiran 1997-2012) dengan persentase

sebesar 34,40%. Lalu disusul generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebesar 30,62%, kemudian gen x, *post gen z*, *baby boomers* dan *pre boomer* secara berturut-turut sebesar 30,62%, 18,98%, 9,17%, 6,58%, 0,24 (sumber: www.apjii.go.id).

Dengan meningkatnya pengguna internet dan majunya teknologi membawa perubahan yang memudahkan pekerjaan penggunaanya. Salah satu perubahan yang dirasakan oleh masyarakat adalah kemajuan di industri keuangan. Untuk mendukung perubahan teknologi yang semakin pesat, inklusi keuangan perlu ditingkatkan. Inklusi keuangan, seperti yang didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2017), adalah kemampuan untuk mengakses layanan jasa lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Dengan sistem inklusi keuangan yang baik akan memudahkan masyarakat dalam mengakses jasa layanan keuangan seperti, menabung, pinjaman dan melakukan investasi untuk menaikkan taraf hidupnya (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022).

Sesuai dengan catatan bank dunia, inklusi keuangan memfasilitasi kehidupan sehari-hari dalam kehidupan saat ini dan membantu membuat rencana untuk segala hal, mulai dari tujuan jangka panjang hingga keadaan darurat yang tak terduga. Dengan memiliki akses keuangan memungkinkan orang untuk memakai layanan keuangan lainnya, seperti melakukan kredit pinjaman, asuransi, investasi dan dapat menghadapi keadaan keuangan darurat sehingga meningkatkan kualitas hidup mereka. Untuk memfasilitasi hal tersebut, industri keuangan terus menerus melakukan pembaruan dan berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan kepada konsumen salah satunya *financial technology*. Majunya *fintech* mendorong banyak orang untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital.

Kemajuan teknologi telah menggeser peran uang tunai dalam pembayaran. Pada mulanya, kita mengenal sistem barter dalam bertransaksi, kemudian berubah menjadi uang logam dan kertas dan kini telah berinovasi dengan uang elektronik (*e-money*). Dengan adanya uang elektronik masyarakat tidak perlu membawa uang tunai untuk membayar sebuah transaksi, melainkan cukup

menggunakan kartu debit maupun kartu kredit (Aziz, 2020).

Menurut Rachmadi (2017), uang elektronik (*e-money*) sama halnya uang tunai tanpa bentuk fisik (*cashless money*), dimana nilai uangnya akan sama dengan nominal uang yang disetor kepada penerbit untuk disimpan di suatu media elektronik dan dapat dipakai untuk transaksi pada pelaku usaha yang tidak menerbitkan uang elektronik yang bersangkutan (Insana & Johan, 2021). Ramadani (2016) mengatakan bahwa uang elektronik merupakan produk dengan nilai prabayar atau tersimpan dimana media elektronik pengguna memiliki jumlah uang yang telah ditentukan sebelumnya (Nainggolan, 2022). Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa uang elektronik (*e-money*) merupakan pengalihan bentuk uang dari tunai menjadi non-tunai yang harus disetor terlebih dahulu kepada penerbit dan nilainya sama dengan uang yang disetor. Nilai uang tersebut akan disimpan di *chip* atau server yang dapat digunakan untuk pembayaran atau dipindahkan secara *online*.

Penggunaan *e-money* sebagai sistem pembayaran dipilih karena membawa banyak manfaat, seperti kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, meminimalisir uang kembalian diganti dengan barang serta dapat digunakan untuk pembayaran transportasi dll sebagai penunjang kegiatan sehari-hari. Tetapi dengan manfaat yang ditawarkan, *e-money* juga dapat memberikan efek negatif bagi penggunaanya, salah satunya pemborosan. Oleh karena itu, untuk menyikapi perkembangan yang ada seseorang harus memiliki kemampuan dalam mengelola aset keuangannya (Shafrani, 2017). Menurut Rakhman & Pertiwi (2023) penggunaan *e-money* mendorong individu untuk berbelanja dan membawa kecenderungan berperilaku konsumtif. Hal tersebut timbul karena pengguna secara tidak sadar telah mengeluarkan uangnya yang tersimpan di *chip/server* untuk berbelanja dan menjadi kebiasaan.

Menurut Oktarina & Iskandar (2023) perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Patompo dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik. Didukung dari hasil penelitian Insana & Johan (2021) menyimpulkan bahwasanya penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dari hasil penelitian tersebut

maka dapat disimpulkan bahwa semakin banyak mereka menggunakan *e-money* maka mereka akan semakin konsumtif.

Diera digital sekarang dengan meningkatnya pengguna *e-money* di Indonesia, transaksi non-tunai menjadi pilihan utama dalam melakukan pembayaran. Mengutip dari laman Bank Indonesia, menjelaskan bahwa transaksi non-tunai dilakukan dengan menggunakan kartu, cek, bilyet giro, nota debet, dompet digital dan lainnya dalam melakukan pembayaran. Pembayaran non-tunai merupakan pengalihan dana secara elektronik atau digital antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu transaksi. Pramono (2018) menegaskan bahwa pola transaksi ekonomi dan sistem pembayaran selalu berkembang. Pilihan pembayaran non-tunai yang lebih murah dan lebih efektif sebagai akibat dari perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (Kurnia, 2020). Dari beberapa pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi non tunai merupakan metode pembayaran atau transaksi yang dilakukan tanpa fisik uang dengan cara memindahkan sejumlah dana ke rekening pihak-pihak terkait secara digital.

Susanto (2019) mendefinisikan transaksi non-tunai sebagai transaksi yang dilakukan melalui media elektronik, seperti kartu kredit, kartu debit, transfer yang dilakukan melalui *i-banking* atau *mobile banking* (Suarantalla et al., 2023). Transaksi non-tunai juga dapat dilakukan secara digital tanpa harus membawa kartu ataupun uang tunai. Dalam pelaksanaannya transaksi non-tunai memberikan banyak keuntungan bagi penggunanya seperti lebih aman dalam bertransaksi, efisien dan juga praktis. Kemudahan serta keuntungan yang ditawarkan, menjadikan transaksi non-tunai digemari oleh mahasiswa.

Selain itu, didukung dengan program pemerintah Bank Indonesia meluncurkan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014, dengan tujuan mengembangkan sistem pembayaran yang aman, efektif, dan tanpa hambatan yang akan mendukung kelancaran operasi sistem keuangan nasional. Hal inilah yang membuat transaksi non-tunai berkembang secara pesat. Selain itu munculnya QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai salah satu metode pembayaran yang disosialisasikan secara nasional

menjadikan mahasiswa semakin menggemari transaksi non-tunai karena dinilai lebih praktis.

Tabel 1.1 Uang Elektronik

	2023		2024	
	November	Desember	Januari	Februari
Volume Transaksi	1.619.596	1.609.944	1.571.949	1.553.092
Volume Transaksi Pembelian	697.565	731.126	717.925	692.841

Sumber : Bank Indonesia (data diolah, 2024)

Dari tabel uang elektronik yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, dapat kita lihat bahwa volume transaksi non-tunai dari bulan November 2023- Februari 2024 mengalami penurunan dengan volume transaksi masing-masing sebesar 1.619.596, 1.609.944, 1.571.949 dan 1.553.092 (satuan ribu transaksi). Berbeda dengan volume transaksi yang terus mengalami penurunan, volume transaksi pembelian menggunakan uang elektronik mengalami naik turun, kenaikan terjadi pada bulan Desember 2023 dengan volume transaksi pembelian mencapai 731.126 dan secara berurutan mengalami penurunan pada Januari-Februari 2024 yaitu masing-masing 717.925 dan 692.841. Menurut Ramli, potensi pembayaran menggunakan uang elektronik di Asia Tenggara akan mencapai 1 triliun dolar pada 2025 (L. G. K. Dewi et al., 2021). Tentu saja hal itu mungkin terjadi, pasalnya penggunaan uang elektronik terus bertambah setiap waktu.

Menurut Khaeruddin & Jamil (2024) transaksi non tunai berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hayati et al., (2023), dimana dalam penelitiannya didapatkan hasil bahwa *digital payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura.

Kemudahan serta manfaat yang ditawarkan oleh uang elektronik (*e-money*) dapat mendorong mahasiswa untuk beralih ke layanan *e-money*. Ketika suatu sistem memiliki manfaat dan kemudahan dalam pengoperasiannya, sistem tersebut akan cenderung digunakan oleh mahasiswa. Penggunaan *e-money*

memberikan banyak manfaat dalam kegiatan mahasiswa setiap harinya, sebagai contoh dalam pembayaran UKT mahasiswa tidak perlu membuang waktu untuk datang dan antri ke bank. Hal itu menunjukkan bahwa salah satu manfaat penggunaan *e-money* adalah mempersingkat/mempercepat pekerjaan. Selain itu, penggunaan *e-money* juga menawarkan banyak kemudahan, dalam melakukan transaksi non-tunai atau menggunakan *e-money* usaha yang dikeluarkan pengguna cenderung kecil karena hanya bermodalkan *gadget* dan internet dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun selama ada internet. Faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap penggunaan *e-money* sebagai alat transaksi selaras dengan model penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyebutkan bahwa variabel kemudahan dan manfaat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi.

Perkembangan *e-money* yang semakin meningkat menimbulkan persaingan antara satu sama lain. Kemudahan penggunaan yang ditawarkan tidak semata-mata menjadi poin utama untuk masyarakat beralih dari satu platform ke platform yang lain. Setiap platform *e-money* harus mampu bersaing dengan platform lain di aspek tertentu. Karena kondisi tersebut, suatu platform *e-money* harus meningkatkan eksistensinya dengan cara promosi sehingga dapat menarik masyarakat untuk menggunakan layanan jasa tersebut.

Istilah promosi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai pengenalan yang dimaksudkan untuk memajukan perdagangan, kenaikan pangkat, atau penganugerahan gelar doktor setelah upacara resmi. Dibiidang pemasaran, promosi merupakan proses pengenalan suatu produk yang berisikan informasi produk yang bersifat mempengaruhi dan membujuk. Menurut Armstrong dalam Hayati et al., (2023) promosi penjualan merupakan bagian terpenting dari promosi produk karena merupakan bauran promosi yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara pelanggan dan perusahaan sehingga menarik mereka untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa kita. Salah satu komponen pemasaran yang paling penting adalah promosi, yang dapat menginformasikan kepada konsumen tentang peluncuran barang baru dan membujuk mereka untuk membeli. (M. Z. Kurniawan, 2023). Dari beberapa

pengertian diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa promosi merupakan salah satu elemen pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan

Pada umumnya seseorang merasa senang ketika mendapatkan *gift*, *discount* ataupun *cashback* saat berbelanja. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan (Hawa et al., 2023). Fokus utama promosi adalah untuk meningkatkan angka penjualan dalam jangka waktu yang pendek dengan pembelian secara impulsif. Inilah yang ingin dicapai perusahaan ketika melakukan promosi. Pembelian secara impulsif yang terjadi secara terus menerus akan menimbulkan perilaku konsumtif. Kebanyakan mahasiswa sekarang cenderung mengikuti tren dan berprinsip YOLO (*You Only Live Once*), mereka mengikuti keinginan mereka tanpa memikirkan finansialnya dimasa mendatang. Dengan adanya potongan harga, hadiah pembelian dan *cashback* yang akan didapatkan menjadi godaan dalam membeli sesuatu tanpa memperdulikan fungsinya. Periode promosi yang relatif pendek juga memicu mahasiswa melakukan *impulsive buying*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hayati et al., (2023) didapatkan hasil bahwa promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nurkhasanah & Saifuddin (2021) mengatakan bahwa promosi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa STAINIM Sidoarjo. Kita menilai mahasiswa sebagai seseorang yang memiliki pengetahuan tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak, terlebih dalam mengatur keuangannya. Sehingga diharapkan bahwa mereka dapat mengambil keputusan finansial dengan baik, seperti keputusan pembelian terlepas dari benefit yang ditawarkan.

Sebagai makhluk hidup, manusia harus mampu memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer yang meliputi sandang, pangan, papan; kebutuhan sekunder meliputi pelengkap dari kebutuhan primer dan yang terakhir kebutuhan tersier seperti barang mewah atau kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder. Akan tetapi, dalam kehidupan

nyata kebiasaan masyarakat bergeser dari pemenuhan kebutuhan dasar, menjadi memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier, bahkan lebih bersikap konsumtif. Dalam teori perilaku konsumen disebutkan bahwa jenis konsume dibagi menjadi 2, yaitu konsumen rasional dan konsumen irasional. Konsumen rasional adalah konsumen yang membeli barang atau jasa berdasarkan kebutuhannya, sedangkan konsumen irasional adalah jenis konsumen yang mengonsumsi barang atau jasa tanpa pertimbangan kebutuhan atau atas dasar keinginan. Menurut Rianti Hikmah dalam penelitian Dilasari et al., (2021) menyebutkan bahwa untuk membantu masyarakat hidup selaras dengan lingkungannya, maka perubahan kebutuhan mereka harus dipenuhi. Kebutuhan yang semakin beraneka ragam dan tidak ada batasan memungkinkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya setiap hari. Tetapi apabila pemenuhan kebutuhan didasarkan pada keinginan maka akan menjadi masalah timbulnya perilaku konsumtif. Oleh karena itu, seseorang harus memiliki kemampuan untuk mengelola aset keuangannya (Shafrani, 2017).

Menurut Tambunan perilaku konsumtif adalah keinginan seseorang untuk mengonsumsi produk atau layanan jasa lebih dari yang dibutuhkan agar merasa puas (Fransisca & Erdiansyah, 2020). Anggasari juga mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan pembelian produk yang tidak dipertimbangkan sehingga berlebihan (C. Kurniawan, 2017). Pola perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pembelian suatu barang atau jasa yang mementingkan keinginan bukan kebutuhan. Pola konsumsi mahasiswa sekarang cenderung mementingkan gengsi. Zaman dulu, kebutuhan mahasiswa hanya meliputi alat tulis, penunjang kebutuhan lainnya serta transportasi dari rumah ke kampus. Berbeda dengan zaman dulu, kebutuhan mahasiswa di masa sekarang lebih kompleks karena cenderung mengikuti tren. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, mahasiswa kian dimanjakan dengan penawaran serta kemudahan yang diberikan sehingga kebutuhan mudah dijangkau dengan cepat. Sebagai contoh, membeli *handphone* sebagai perangkat dalam belajar adalah hal yang wajar, tetapi berbeda dengan halnya membeli *handphone* karena mengikuti tren atau muncul keluaran terbaru. Sebagai seorang

mahasiswa seharusnya mampu memilah antara kebutuhan dan keinginan sehingga tercipta pengelolaan keuangan yang baik.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan diawal dengan mewawancarai mahasiswa di Purwokerto didapatkan hasil bahwa beberapa mahasiswa cenderung menggunakan *e-money*. Hal ini dikarenakan penggunaan *e-money* untuk bertransaksi cukup mudah digunakan. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa dengan menggunakan *e-money* mereka tidak perlu membawa uang tunai dan merasa aman. Mereka cukup membawa ponsel atau kartu debit untuk melakukan transaksi dan setiap pengeluaran akan tercatat otomatis di sistem sehingga pengeluaran lebih rinci. Tetapi, dengan kemudahan yang diberikan *e-money* juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini karena kemudahan yang ditawarkan membuat lalai penggunaanya. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara pada observasi awal yang dilakukan peneliti kepada salah satu mahasiswa yang menggunakan *e-money*, yang menyatakan bahwa:

“Karena pake cashless enak gak perlu nunggu kembalian, duit di dompet hanya untuk jaga-jaga jika outlet yang gua kunjungi tidak menyediakan fitur cashless, sebenarnya gue team cashless dan cash si. Tanpa sadar saldo udah berkurang karena gua bolak-balik checkout, berkurang 500 ribu juga pernah. Checkout nya murah tapi sekali checkout 5-6 barang.” (D, 21th Mahasiswa).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan *e-money* menggunakan layanan transaksi non tunai dapat menimbulkan sifat konsumtif mahasiswa karena kemudahannya yang membuat lalai penggunaanya.

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena yang sudah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti atau mengkaji lebih lanjut terkait dengan **“Pengaruh Penggunaan E-Money, Transaksi non-tunai dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah penggunaan *e-money* mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto?
2. Apakah transaksi non-tunai mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto?

3. Apakah promosi mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto?
4. Apakah penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh transaksi non-tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto
- c. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto
- d. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa di Purwokerto terhadap penggunaan teknologi baru sehingga kita dapat terhindar dari dampak negatifnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai tema yang sama.

b. Manfaat praktis

1) Bagi Penulis

Bagi peneliti, penelitian ini memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dan menjadi bahan pertimbangan dalam menggunakan teknologi baru.

2) Bagi Masyarakat/Pembaca

Bagi masyarakat/pembaca, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada mereka bahwa dalam pemanfaatan teknologi baru diharuskan selektif sehingga terkena dampak negatifnya

3) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tema serupa.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Pada Bab I disajikan gambaran umum masalah yang akan diteliti, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Menyajikan teori-teori dan temuan yang dijadikan dasar penelitian, kajian pustaka, dan juga hipotesis penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi informasi tentang jenis penelitian, latar dan waktu penelitian, orang dan alat yang digunakan, sumber data, metode yang digunakan untuk pengumpulan data, dan metode yang digunakan untuk analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi data (populasi dan sampel), analisis data dan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Penggunaan *E-money*

E-money merupakan salah satu sistem pembayaran yang populer di kalangan mahasiswa. Menurut Bank Indonesia, uang elektronik atau yang sering dikenal dengan *e-money* adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik pada media *chip* atau server yang dapat dialihkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan atau transfer dana. Menurut (Rakhman & Pertiwi, 2023) uang elektronik diartikan sebagai alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan cara menyetorkan sejumlah uang kepada penerbit.

Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/11/DASP yang diterbitkan pada 13 April 2009, mengenai Uang Elektronik dan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009, tentang Uang Elektronik mengatur penggunaan uang elektronik di Indonesia. Menurut Bank Indonesia, yang dimaksud dengan uang elektronik dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tahun 2018 tentang Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, dan
3. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan (sumber: www.bi.go.id).

Berikut adalah daftar penyelenggara uang elektronik yang sudah berizin Bank Indonesia:

Tabel 2. 1 Daftar Penyelenggara Uang Elektronik di Indonesia

No.	Nama Perusahaan	Nama Produk
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT <i>E-Money</i>
2.	PT Bank <i>Central Asia</i> Tbk	Sakuku dan Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4.	PT Bank DKI	Jakarta <i>One</i> (JakOne) dan JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash dan Mandiri <i>E-Money</i>
6.	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual dan Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu dan TapCash
8.	PT Bank Nationalnobu	Nobu <i>e-Money</i>
9.	PT Bank Permata	BBM <i>Money</i>
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T bank dan Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	FinnChannel
12.	PT Indosat Tbk	PayPro (d/h Dompotku)
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
14.	PT Skye Sab Indonesia	<i>Skye Mobile Money</i> dan <i>SkyeCard</i>
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Flexy <i>Cash</i> dan iVas <i>Card</i>
16.	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash dan Tap Izy
17.	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19.	PT Dompot Anak Bangsa	Gopay

20.	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana (d/h Unik)
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
23.	PT BPD Sumsel Babel	BSB <i>Cash</i>
24.	PT Buana Media Teknologi	Gudang <i>Voucher</i>
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	<i>Speed Cash</i>
26.	PT Visionet Internasional	OVO <i>Cash</i>
27.	PT Inti Dunia Sukses	iSaku
28.	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro (d/h PayU)
30.	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay <i>Cash</i>
31.	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32.	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34.	PT Airpay International Indonesia	SHOPEEPAY
35.	PT Bank Sinarmas Tbk	Simas <i>E-Money</i>
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
37.	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja

Sumber : <https://money.compas.com>, 2025

Indikator penggunaan *e-money* adalah sebagai berikut:

a) Manfaat dan Keuntungan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai tingkatan kepercayaan pengguna bahwa teknologi atau sistem yang digunakan

dapat meningkatkan performa kinerja mereka. Dari uraian diatas, manfaat dapat didefinisikan sebagai kepercayaan individu akan suatu sistem mengenai keuntungan yang dirasakan ketika menggunakannya yang dirasakan secara langsung oleh pengguna. Menurut Wu dalam (Robbie & Lutfi, 2020) keuntungan merupakan manfaat yang dirasakan untuk memenuhi kepuasan dan keinginan *customer*.

b) Kemudahan

Kemudahan pengguna didefinisikan sebagai seberapa besar keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tersebut akan bebas tanpa usaha. Widjana berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan sulit atau memerlukan banyak usaha (Ahmad & Pambudi, 2013). Kemudahan didefinisikan sebagai suatu kepercayaan, sistem yang sulit digunakan akan cenderung dihindari. Sebaliknya, apabila suatu teknologi sesuai dengan ekspektasi penggunaanya yang tidak memberikan kesulitan atau hambatan dalam kegiatannya maka akan dikatakan bahwa teknologi atau sistem tersebut mudah digunakan.

c) Kepercayaan

Menurut Gilbert & Tang (1998) kepercayaan menggambarkan keyakinan bahwa suatu tindakan yang dilakukan pada akhirnya akan membawa kebaikan dan manfaat (Noviyanti & Erawati, 2021). Kepercayaan akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Apabila seseorang mempercayai bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan memberikan manfaat, maka teknologi tersebut akan cenderung digunakan.

2. Transaksi non-tunai

Transaksi non-tunai merupakan metode transaksi yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai atau uang fisik (*cashless*). Transaksi non-tunai dilakukan menggunakan kartu debit/kredit, dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, *e-money* dan sebagainya secara digital. Diera digital

sekarang, transaksi non-tunai banyak digunakan karena penggunaannya yang praktis dan dapat dilakukan kapan saja. Berikut adalah indikator transaksi non-tunai:

a) Cepat

Kata cepat merujuk pada waktu dalam menyelesaikan suatu perintah dengan waktu yang relatif singkat. Tingkat kecepatan dalam memberikan layanan atau menyelesaikan tugas dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diera teknologi sekarang internet telah mempercepat banyak proses, seperti transaksi dan komunikasi. Dengan kata lain, cepat berarti melakukan banyak hal dalam satu waktu dengan hasil yang sama atau bahkan lebih baik dari sebelumnya.

b) Akurat

Akurat berarti benar atau tepat. Keakuratan dalam bertransaksi akan menghindarkan pengguna dari kerugian atau masalah dikemudian hari. Dalam pembayaran non-tunai keakuratan dalam pencatatan atau riwayat transaksi sangat diperlukan untuk menjaga kepercayaan dan transparansi dengan pelanggan.

c) Murah

Murah merujuk pada biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh sesuatu. Suatu dikatakan murah apabila harga yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan manfaat yang diperoleh.

d) Mudah

Mudah berarti tidak sulit atau dapat dilakukan dengan sedikit usaha. Kemudahan yang ditawarkan suatu sistem akan menjadi poin penting untuk menarik minat calon penggunaannya. Diera digital ini, aspek kemudahan sangat berhubungan dengan pengalaman pengguna, dimana semakin mudah suatu sistem maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna.

3. Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menarik minat pembeli. Menurut Cummins dan Mullin promosi

penjualan merupakan usaha yang dilakukan untuk menarik pelanggan potensial agar membeli lebih banyak dan lebih sering. Kotler dan Armstrong juga menyebutkan bahwa promosi penjualan berkaitan dengan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian. Insentif yang dimaksud disini adalah imbalan. Imbalan yang diberikan atas transaksi yang dilakukan saat melakukan pembelian produk atau jasa yang sedang ditawarkan. Insentif ini dapat berupa *cashback*, *discount* dan juga pemberian sampel secara percuma (Diah & Sukmawati, 2022). Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan salah satu strategi pemasaran jangka pendek yang digunakan untuk meningkatkan penjualan pada periode tertentu. Berikut adalah indikator promosi:

a. Potongan harga

Potongan harga merupakan salah satu metode promosi yang dilakukan dengan cara menurunkan harga asli suatu produk atau jasa yang diberikan kepada pembeli atau calon pembeli. Potongan harga ini dilakukan pada *event* tertentu dengan tujuan menarik perhatian khalayak dan meningkatkan penjualan.

b. Kupon berbelanja

Kupon belanja ialah pemberian *voucher* atau kode yang berbentuk fisik/digital berisikan potongan harga khusus kepada pembeli yang memenuhi kriteria atau syarat yang ditetapkan oleh perusahaan. Tujuannya dengan memberi kupon tersebut, pembeli akan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut.

c. Penjualan langsung

Penjualan langsung adalah proses penjualan produk atau jasa yang dilakukan kepada konsumen tanpa perantara distributor. Metode ini dilakukan langsung oleh perwakilan atau agen perusahaan dengan menjelaskan secara detail produk mereka di lingkungan calon *customer*.

d. *Frequent shopper program*

Frequent shopper program merupakan program loyalitas yang dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggan tetap mereka. Pelanggan yang sering berbelanja akan mendapatkan apresiasi dalam bentuk poin atau hadiah khusus. Poin didapatkan ketika melakukan pembelian dan apabila poin sudah mencapai jumlah tertentu, perusahaan akan menukarnya dengan produk mereka.

4. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang membeli barang tanpa pertimbangan yang kuat serta pembelian didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan. Pernyataan tersebut sejalan dengan definisi perilaku konsumtif yang digagas oleh Sumartono, menurutnya perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang tanpa memikirkannya. Perilaku konsumtif seseorang cenderung ditandai dengan kehidupan yang mewah dan berlebihan (Fransisca & Erdiansyah, 2020). Indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. Membeli produk karena hadiah yang ditawarkan

Seseorang membeli produk bukan karena kebutuhan melainkan tertarik dengan hadiah yang ditawarkan oleh produsen. Dalam hal ini, pembeli akan terdorong untuk membeli produk dan merasa untung karena mendapat lebih dari apa yang mereka keluarkan.

b. Membeli produk karena *packaging*

Desain kemasan yang mencolok atau unik dapat menarik perhatian pembeli. Tidak sedikit orang yang membeli barang karena tertarik dengan kemasannya, bukan manfaat produknya. Desain kemasan yang bagus menciptakan persepsi bahwa produk tersebut berkualitas, meskipun pembeli tidak mengetahui manfaat asli dari produk tersebut.

c. Membeli produk karena gengsi

Pembelian demi menjaga penampilan ini biasanya dilakukan dengan membeli produk yang dapat meningkatkan status sosial mereka di mata orang lain. Pembelian ini tidak didasarkan pada kebutuhan

melainkan untuk kelihatan mewah, terlihat sukses dan meningkatkan status sosial mereka di lingkungan sosial.

d. Membeli produk karena sedang diskon

Hal ini biasanya terjadi saat ada promo atau diskon besar-besaran. Pembeli tergiur karena harga yang ditawarkan lebih murah dari biasanya tanpa memikirkan manfaat atau kegunaannya setelah melakukan pembelian.

e. Membeli produk untuk simbol status

Pembelian ini dilakukan untuk menjaga simbol status sosial tertentu dimana produk dibeli semata-mata untuk menunjukkan posisi ekonomi seseorang. *Customer* pada kategori ini cenderung membeli produk untuk menunjukkan bahwa dirinya berada pada level sosial tertentu.

f. Memakai produk karena model yang mengiklankan

Peran *influencer* dalam mengiklankan suatu produk sangat mempengaruhi pasar. Perusahaan menggunakan pengaruh selebriti atau artis untuk meningkatkan daya tarik produknya. Seseorang kadang terpengaruh untuk membeli atau menggunakan produk karena idolanya yang mengiklankan.

g. Membeli produk mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri

Ketika membeli produk yang mahal seseorang akan merasa percaya diri, karena produk tersebut dirasa mampu menunjukkan keberhasilan mereka atau merasa lebih dari yang lainnya. Produk yang mahal dapat memberikan rasa puas dan percaya diri bagi diri mereka.

h. Membeli dua atau lebih produk sejenis

Ketika seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian 2 produk sejenis, biasanya terjadi karena mereka ingin menemukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Proses ini akan membantu mereka memutuskan produk yang akan digunakan secara rutin dengan harapan menemukan yang sesuai dengan kebutuhannya.

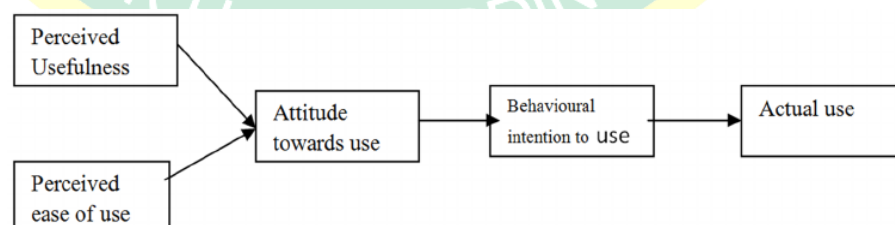
5. Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

Salah satu teori yang paling sering digunakan untuk menganalisis bagaimana orang menerima dan menggunakan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. Model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 menjelaskan korelasi antara niat konsumen untuk mengadopsi suatu teknologi dan penilaian mereka terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaannya (*perceived usefulness*).

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan hubungan sebab akibat antara suatu kepercayaan atau keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dengan penggunaan sistem informasi. TAM digunakan untuk memperkirakan atau menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi (Pratama & Suputra, 2019).

Model TAM menggunakan 5 indikator dalam menganalisis faktor dalam penerimaan teknologi, yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). Berikut model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Gambar 2.1 Model TAM



Sumber: Davis, 1989

Gambar diatas menjelaskan hubungan antar konstruk dalam model TAM. *Perceived usefulness* dan *perceived ease to use* secara bersama-sama

memberikan pengaruh terhadap konstruk *attitude towards use*. *Perceived usefulness* juga memberikan pengaruh terhadap konstruk *behavioral intention to use* yang juga dipengaruhi oleh konstruk *attitude towards use* dan akan mempengaruhi konstruk *actual usage*.

Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan dua gagasan teoritis yang dikemukakan TAM sebagai faktor utama yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Niat berperilaku dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang ditawarkan sistem. Jika orang menganggap suatu sistem teknologi praktis dan mudah digunakan, mereka akan lebih tertarik untuk mengadopsinya (Pratama & Suputra, 2019).

6. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen merupakan salah satu bidang penelitian yang melihat bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, membayar, menggunakan, dan memanfaatkan barang, jasa, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam teori ekonomi mikro, berkaitan dengan perilaku konsumen menyebutkan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan yang maksimal dan akan terus melakukan pembelian apabila memperoleh kepuasan yang sebanding atau lebih besar dari harga yang dikeluarkan (Schiffman & Kanuk, 2008).

Terdapat 2 jenis perilaku konsumen yaitu rasional dan irasional. Tindakan perilaku konsumen rasional melakukan pembelian barang atau jasa yang didasarkan pada aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu tingkat kebutuhan mendesak kebutuhan utama atau primer serta daya guna suatu barang. Sedangkan perilaku konsumen irasional cenderung melakukan pembelian berdasarkan iming-iming diskon atau *marketing* dan mengedepankan keinginan semata tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau keinginan.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor dalam

keputusan dalam melakukan pembelian yang berasal dari diri konsumen seperti motivasi, persepsi, sikap dan integritas. Sikap dan persepsi konsumen akan suatu barang yang akan dibeli menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Hal itu akan memberikan motivasi kepada konsumen untuk membeli barang yang dikehendaki. Motivasi untuk memiliki barang bagi konsumen berbeda-beda, bisa karena harga diri, gaya hidup, tuntutan sosial atau memang karena barang itu dibutuhkan.

Selain itu terdapat juga faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, seperti lingkungan, budaya dan teknik pemasaran suatu produk. Bagi konsumen rasional, keputusan pembelian akan mengikuti adat budaya suatu lingkungan. Berbeda dengan konsumen rasional, konsumen irasional terkadang melakukan pembelian dikarenakan faktor eksternal lainnya seperti karena pemasaran suatu produk. Bentuk pemasaran itu turut memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan (W. W. A. Dewi et al., 2022).

B. Landasan Teologis

1. Al-Qur'an

وَأَبْذُرْ فِي الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” QS. Al-Isra’ ayat 26-27

Dalam kitab Tafsir *Al-Hidayah Ila Bulugh An-Nihayah*, Maki bin Abi Thalib memberikan penjelasan terkait ayat diatas mengenai larangan membelanjakan harta secara sembarangan. Ayat Al-quran yang menjadi dasar pembahasan ini mengaskan bahwa harta yang kita miliki adalah anugerah dari Allah SWT. Oleh karena itu, kita tidak diperkenankan menggunakannya untuk perbuatan maksiat atau hal lain.

Ayat diatas jugaa menekankan pentingnya menggunakan harta

dengan bijak dan bertanggung jawab. Pemborosan, yang merupakan tindakan berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta, sanga dilarang oleh islam. Oleh karena itu seorang muslim harus senantiasa berusaha untuk hidup sederhana dan berhemat.

Sumber: <https://quran.nu.or.id>

C. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan proposal ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan dari penelitian ini. Penulis menelusuri beberapa penelitian mulai dari buku, jurnal maupun skripsi yang relevan dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini. Berikut beberapa hasil penelitian yang relevan dengan tema penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Insana & Johan, 2021)	Menurut penelitian Insana & Johan (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” didapatkan hasil bahwa penggunaan uang elektronik mempunyai dampak positif akan perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi di Universitas Indraprasta PGRI. Melihat kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> , pengguna kalangan mahasiswa semakin meningkat. Oleh karena itu, penggunaan uang elektronik mempengaruhi sifat konsumtif mahasiswa.	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu penggunaan uang elektronik, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu promosi, dan transaksi non-tunai

2.	Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Patompo (Oktarina & Iskandar, 2023)	Penelitian yang dilakukan oleh Oktarina & Iskandar (2023) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Patompo” mengatakan bahwa penggunaan <i>e-money</i> mempunyai dampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Patompo.	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu penggunaan <i>e-money</i>, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu promosi, dan transaksi non-tunai
3.	Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> ShopeePay Dan Promosi <i>Cashback</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Pramesti et al., 2023)	Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pramesti et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> ShopeePay Dan Promosi <i>Cashback</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” <i>e-wallet</i> shopeepay memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sedangkan promosi <i>cashback</i> tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan, keamanan, benefit, dan <i>reward</i> yang diberikan <i>e-wallet</i> shopeepay membuat mahasiswa tertarik menggunakannya dan berperilaku konsumtif. Tetapi berbeda dengan promosi <i>cashback</i> , mahasiswa tidak terlalu	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu promosi <i>cashback</i>, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian penulis ditambah dengan penggunaan <i>e-money</i> dan transaksi non-tunai

		mempermasalahkan besar kecilnya <i>cashback</i> yang ditawarkan sehingga tidak mempengaruhi perilaku konsumsi mereka.	
4.	Pengaruh Transaksi Non-Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Makassar (Khaeruddin & Jamil, 2024)	Pada penelitian yang dilakukan oleh Khaeruddin & Jamil, (2024) yang berjudul “Pengaruh Transaksi non-tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Makassar” menyebutkan bahwa transaksi non-tunai memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Transaksi non-tunai dapat memicu timbulnya perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan layanan transaksi keuangan yang memudahkan penggunaannya. Artinya, semakin tinggi penggunaan transaksi non-tunai maka akan semakin tinggi pula terjadinya perilaku konsumtif.	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu transaksi non tunai, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu penggunaan <i>e-money</i> dan promosi
5.	Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar (Giswandhani & Hilmi, 2020)	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Giswandhani & Hilmi (2020) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Transaksi non-tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar” mengatakan bahwa kemudahan transaksi non-tunai mempunyai pengaruh terhadap perilaku	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu kemudahan transaksi non-tunai, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan

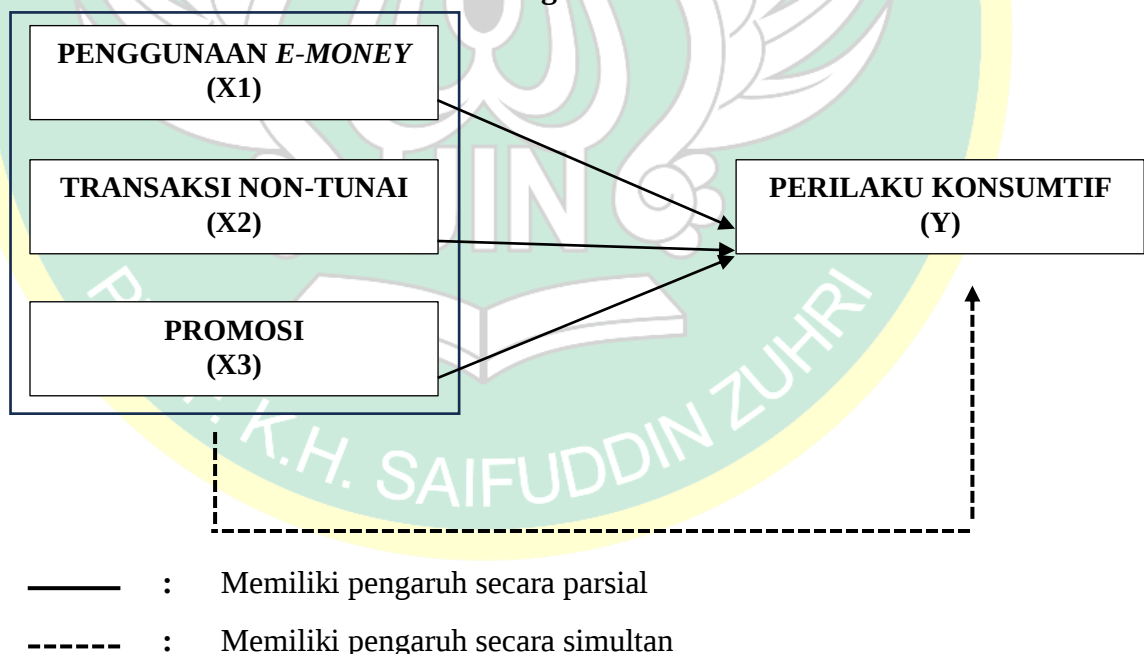
		konsumtif masyarakat Kota Makassar. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dimensi kemudahan akan mempengaruhi minat penggunaan. Suatu sistem akan cenderung digunakan oleh masyarakat apabila sistem tersebut mudah dioperasikan.	Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu penggunaan <i>e-money</i> dan promosi
6.	Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Gen Z (M. Z. Kurniawan, 2023)	Penelitian yang dilakukan oleh M. Z. Kurniawan (2023) yang berjudul “Peran Literasi Keuangan, Harga, dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Gen Z” menyatakan bahwa harga dan promosi penjualan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Blitar. Hal ini dikarenakan promosi penjualan dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen cenderung melakukan pembelian karena intensif yang ditawarkan. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti tiktok dan instagram dapat menarik minat konsumen.	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu promosi penjualan, serta variabel Y yaitu perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu penggunaan <i>e-money</i> dan transaksi non-tunai
7.	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Winarta et al., (2019) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” juga	1. Persamaan Persamaan dengan penelitian ini terdapat dalam variabel X yaitu promosi penjualan, serta variabel Y yaitu

	Mahasiswa (Winarta et al., 2019)	menyebutkan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Promosi yang dilakukan memberikan dorongan mahasiswa untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini mahasiswa cenderung mengedepankan faktor emosi mereka daripada faktor rasionalnya dalam melakukan pembelian.	perilaku konsumtif 2. Perbedaan Perbedaan dengan penelitian ini penulis menambahkan variabel lain pada variabel X yaitu penggunaan <i>e-money</i> dan transaksi non-tunai
--	----------------------------------	---	--

D. Kerangka dan Hipotesis Penelitian

Untuk mempermudah penelitian ini agar terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, kerangka pemikiran dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian ini. Berikut adalah kerangka berpikir penelitian ini

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti

Dari kerangka penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis yang dapat diterima maupun ditolak. Hipotesis adalah asumsi/dugaan sementara

yang belum terbukti kebenarannya. Adapun hipotesis pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

Di era digital sekarang mahasiswa dituntut hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi, salah satunya penggunaan *E-Money*. Dalam kehidupan sehari-hari, *e-money* dapat mempermudah pekerjaan dalam melakukan transaksi. Akan tetapi, setiap hal yang memiliki manfaat di satu sisi pasti memiliki risiko di sisi lainnya. Penggunaan *e-money* yang memudahkan penggunanya dapat memberikan dampak negatif apabila kita tidak dapat mengendalikan diri kita. Menurut Rakhman & Pertiwi, (2023) penggunaan *e-money* dapat mendorong individu untuk berbelanja dan membawa kecenderungan berperilaku konsumtif. Hal ini selaras dengan hasil penelitian (L. G. K. Dewi et al., 2021) yang menyebutkan juga bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di wilayah Bali Selatan dan Bali Utara yang mana perilaku konsumtif akan meningkat seiring dengan meningkatnya pengguna *e-money*.

Menurut Blackwel et.al majunya teknologi akan mempengaruhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi apabila kemajuan teknologi semakin meningkat, maka akan meningkat pula kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga akan menimbulkan perilaku konsumtif (Insana & Johan, 2021). Dengan adanya kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh mahasiswa mengindikasikan bahwa penerimaan teknologi saat ini begitu tinggi. Melalui pendekatan TAM, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh 2 faktor utama, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Sebagian besar mahasiswa sekarang beralih menggunakan *e-money* karena memudahkan transaksi mereka dan tidak perlu usaha yang besar dalam menggunakannya.

Dibalik kemudahan dan kegunaan yang ditawarkan oleh *e-money* terhadap penggunanya, pasti tetap menyimpan dampak negatif secara tidak

langsung. Mahasiswa yang sedang dalam fase peralihan menjadi dewasa masih dalam tahap belajar mengatur keuangan cenderung rentan menggunakan teknologi tanpa pengendalian diri yang baik sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Ditambah dengan berbagai promosi yang ditawarkan, diskon, program *cashback* dan lain sebagainya yang ditawarkan layanan jasa penyedia *e-money* mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang rasional. Selain itu, seiring bertambahnya waktu digitalisasi keuangan juga sudah menjangkau pelaku UMKM, transportasi umum dan pelaku ekonomi lainnya yang menyebabkan mahasiswa makin nyaman melakukan transaksi menggunakan *e-money* karena tidak memerlukan usaha yang besar dan banyak keuntungan yang ditawarkan oleh layanan jasa penyedia *e-money*. Dari uraian diatas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Penggunaan *e-money* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto

2. Pengaruh Transaksi Non-Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

Di era digital sekarang, penggunaan transaksi non-tunai terus meningkat dikalangan mahasiswa. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam bertransaksi membuat mahasiswa beralih menggunakan metode ini dibandingkan dengan transaksi menggunakan uang tunai. Menurut (Khaeruddin & Jamil, 2024) transaksi non-tunai berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Kemudahan yang ditawarkan layanan transaksi non-tunai membuat mahasiswa UNM bersikap konsumtif.

Dalam model penerimaan teknologi TAM, kita mengetahui bahwa faktor penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi penggunaan. Seseorang akan cenderung menggunakan sesuatu yang tidak sulit dioperasikan. Semakin mudah digunakan, maka akan digemari banyak orang (Giswandhani & Hilmi, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hayati et al., 2023) *digital payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. Hal tersebut tentu saja terjadi karena di kehidupan saat ini, terutama pasca pandemi mahasiswa cenderung melakukan kegiatan sehari-hari secara daring atau online, tidak terkecuali dalam metode pembayaran. Dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat membuat mahasiswa akrab dengan transaksi non-tunai, seperti *e-money*, *mobile banking* dan QRIS, hal ini membuat mahasiswa sering melakukan *impulsive buying* yang menyebabkan perilaku konsumtif. Ditambah dengan promo yang ditawarkan oleh aplikasi pembayaran digital seperti *cashback*, diskon dan kerjasama *merchant* semakin menarik mahasiswa untuk melakukan transaksi bahkan untuk barang atau jasa yang tidak diperlukan. Dari uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Transaksi Non-Tunai memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto

3. Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

Promosi merupakan proses pemasaran yang bersifat membujuk agar calon pembeli tertarik untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang kita tawarkan (Nurkhasanah & Saifuddin, 2021). Di era digital ini promosi tidak hanya dilakukan dengan hanya menyebarkan brosur atau memajang iklan di televisi. Media promosi saat ini sudah merambah ke media sosial, yang mana media sosial saat ini banyak digunakan oleh anak muda, khususnya mahasiswa. Promosi yang sering ditampilkan secara personal dan berulang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian bahkan untuk barang yang tidak diperlukan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hayati et al., 2023) menyatakan bahwasanya promosi mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. Seseorang cenderung membeli barang yang

tidak sesuai dengan kebutuhannya dikarenakan insentif atau dorongan yang diberikan.

Melalui pendekatan model TAM, dalam hal ini promosi digital dianggap memberikan manfaat dan kemudahan akses kepada penggunanya karena dapat memberikan arahan kepada penggunanya untuk melakukan transaksi saat itu juga dan cepat dalam pengambilan keputusan. Mahasiswa sekarang hampir tidak pernah lepas dari *handphone*, hal ini memungkinkan menjadi sasaran promosi secara digital. Dengan promosi yang ditawarkan seperti pemberian *cashback*, diskon, poin rewards dan promo lainnya membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang ataupun jasa yang diiklankan tanpa pertimbangan yang matang.

Didukung oleh penelitian yang dilakukan (M. Z. Kurniawan, 2023) promosi penjualan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini dikarenakan adanya promosi mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa untuk bersifat impulsif. Selain itu, promosi yang terintegrasi dengan metode pembayaran digital turut mendorong kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Dari uraian diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Promosi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto

4. Penggunaan *E-Money*, Transaksi Non-Tunai Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Purwokerto

H4 : Penggunaan *E-money*, transaksi non-tunai dan promosi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut KBBI penelitian kuantitatif adalah mengambil data dalam jumlah besar. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang terorganisir, terarah dan sistematis sejak awal mulai di pengumpulan data hingga analisis data. Hasil penelitian kuantitatif dinyatakan dalam bentuk angka.

Metode ini digunakan untuk meneliti masalah yang sudah jelas, populasi yang luas, bertujuan menguji hipotesis penelitian. Variabel bebas (X) penelitian ini terdiri dari penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai, dan promosi, sedangkan variabel Y terdiri dari perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan agar dapat melihat apakah penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai, dan promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 3 Perguruan Tinggi yang berada di Purwokerto yaitu Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (UIN SAIZU), Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP). Ketiga Perguruan Tinggi tersebut memiliki jumlah mahasiswa lebih dari 10.000 sehingga memungkinkan untuk menjadi tempat penelitian. Adapun penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2024 sampai dengan Februari 2025.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Machali (2021) seluruh sumber data yang dapat memberikan informasi yang berguna bagi masalah penelitian yang diteliti disebut populasi penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 yang menggunakan *e-money* di Purwokerto. Disini peneliti mengambil 3 perguruan tinggi di Purwokerto yang memiliki jumlah mahasiswa lebih dari 10.000 orang. Jumlah tersebut dapat menginterpretasikan mahasiswa yang ada di Purwokerto dan memungkinkan untuk mendapatkan data yang

cukup. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah 44.686 orang. Berikut adalah data mahasiswa di Purwokerto:

Tabel 3. 1 Data Mahasiswa di Purwokerto 2022/2023

No.	Nama Instansi	Jumlah Mahasiswa
1.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	11808
2.	Universitas Jenderal Soedirman	18537
3.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	14341
Total		44686

Sumber : Badan Pusat Statistik Banyumas (data diolah, 2024)

2. Sampel

Secara sederhana sampel merupakan sebagian populasi yang diteliti dan mewakili populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan karakteristik atau ciri-ciri populasi yang sudah diketahui (Machali, 2021). Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Mahasiswa aktif S1 UIN SAIZU/UNSOED/UMP
- b) Usia minimal 17 tahun
- c) Pernah atau sedang menggunakan *e-money*
- d) Pernah melakukan transaksi non-tunai

Gambar 3.1 Tabel Penentuan Sampel Isaac Michael

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Sumber: <https://materibelajaronline.pages>

Karena populasi dalam penelitian ini diketahui jumlahnya, maka metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Tabel Isaac Michael. Setelah melihat tabel perhitungan sampel Isaac Michael didapatkan sampel penelitian minimal 346. Sementara untuk batas maksimal dalam jumlah sampel tidak ada batasan. Menurut Sugiyono (2011) ukuran sampel dalam penelitian antara 30 sampai 500 sudah dianggap layak. Oleh karena itu penentuan responden dalam penelitian ini layak untuk diteliti.

Dengan perhitungan *proportional stratified random sampling* masing-

masing perguruan tinggi didapatkan hasil sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i : Jumlah sampel menurut stratum

n : Jumlah sampel sebenarnya

N_i : Jumlah populasi menurut stratum

N : Jumlah Populasi sebenarnya

Tabel 3. 2 Hasil Perhitungan Masing-Masing Universitas

No.	Nama Perguruan Tinggi	Nilai	Jumlah
1.	UIN SAIZU	$(11.808/44.686) \times 346 = 91,4$	91
2.	UNSOED	$(18.537/44.686) \times 346 = 143,5$	144
3.	UMP	$(14.341/44.686) \times 346 = 111,0$	111
Total			346

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1) Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu apa yang menjadi inti dalam sebuah penelitian. Terdapat 2 variabel penelitian yaitu variabel bebas (*variabel independent*) dan variabel terikat (*variabel dependent*).

a) Variabel Independent (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang memiliki dampak terhadap variabel terikat baik pengaruh positif maupun negatif (Wijayanti, 2015). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas, yaitu penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2), dan promosi (X3).

b) Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi topik utama atau menjadi perhatian utama penelitian (Wijayanti, 2015). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah perilaku konsumtif (Y)

2) Indikator Penelitian

Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Penggunaan <i>E-money</i> (X1) (Rakhman & Pertiwi, 2023)	a) Manfaat dan keuntungan b) Kemudahan c) Kepercayaan
2.	Transaksi Non-Tunai (X2) (Kurnia, 2020)	a) Cepat b) Akurat c) Murah d) Mudah
3.	Promosi (X3) (Kurniawan, 2023)	a) Potongan harga b) Kupon berbelanja c) Penjualan langsung d) <i>Frequent Shopper Program</i>
4.	Perilaku Konsumtif (Y) (Dilasari et al., 2021)	a) Membeli produk karena hadiah yang ditawarkan b) Membeli produk karena packaging c) Membeli produk karena gengsi d) Membeli produk karena sedang diskon e) Membeli produk untuk simbol status f) Memakai produk karena model yang mengiklankan g) Membeli produk mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri h) Membeli dua atau lebih produk sejenis

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di Purwokerto. Selanjutnya, data tersebut digabungkan dengan data sekunder dari studi sebelumnya, yang berasal dari buku, jurnal maupun internet. Terdapat dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data lapangan yang didapatkan langsung oleh peneliti menggunakan metode pengumpulan data (Wijayanti,

2015). Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari pengisian kuesioner oleh mahasiswa di Purwokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah ada dan dipublikasi kepada masyarakat pengguna data (Wijayanti, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data melalui jurnal publish, buku dan internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kuncoro dalam (Wijayanti, 2015) data adalah kumpulan informasi yang digunakan untuk mengambil keputusan. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh dan menghimpun informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui:

a. Kuesioner

Salah satu metode untuk mengumpulkan data penelitian adalah dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada responden untuk dijawab dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2022). Daftar pertanyaan yang diberikan merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

Adapun untuk skala pengukuran, peneliti menggunakan skala *likert*. Menurut Taluke et al., (2019) skala *likert* merupakan skala psikometrik yang digunakan dalam kuesioner dan skala yang paling banyak digunakan untuk riset. Menurut Sugiyono dalam Wahyuni (2019), skala *likert* dapat menunjukkan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terkait fenomena sosial.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menggunakan metode tersebut untuk menentukan nilai skala yang meliputi lima interval yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Rentang nilai pada skala *likert* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

b. Observasi

Selain menyebarkan kuesioner, peneliti juga melakukan observasi. Observasi merupakan pemilihan, pencatatan dan pengkodean serangkaian perilaku sesuai dengan tujuan empiris (Ibrahim, 2021). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan pada awal penelitian yang melibatkan beberapa mahasiswa di Purwokerto.

c. Literatur Review

Menurut Marzali (2017) dalam Waruwu (2023) kajian literatur merupakan studi literatur dengan membaca buku, jurnal, dan publikasi pustaka lain yang berkaitan dengan topik atau isu tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jurnal-jurnal terdahulu dan buku sebagai bahan literatur penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk mengetahui jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini. Dalam menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan program komputer yang bernama SPSS (*Statistical Product Service Solution*).

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur, yang dimaksud alat ukur dalam penelitian ini merupakan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner

(Machali, 2021). Valid tidaknya suatu item dilihat dari perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} .

Adapun dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item-item pertanyaan dinyatakan valid
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas alat uji yang digunakan untuk menilai kuesioner penelitian reliabel atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji sesuatu yang diuji untuk memastikan hasilnya konsisten atau sama. Pengujian reliabilitas penelitian ini dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.
- b) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk melihat nilai residual dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Dalam output analisis SPSS data berdistribusi normal akan menunjukkan kurva berbentuk lonceng (*bell-shaped-curve*). Sedangkan secara statistik, uji normalitas dapat diketahui dengan analisis *explore* dan melihat nilai signifikan pada *kolmogorov-smirnov*. Apabila didapatkan hasil nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (Machali, 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel independen. Dengan bantuan SPSS, pengujian ini dilakukan melalui uji regresi, yang

hasilnya didasarkan pada nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas (Machali, 2021). Dasar pengambilan hasil uji multikolinearitas adalah apabila nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya, apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dasar pengambilan keputusan diambil berdasarkan nilai signifikan pada tabel *coefficients*. Apabila nilai signifikan > 0,05 maka tidak ada gejala heteroskedastisitas, namun apabila nilai signifikan < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas (Machali, 2021).

c. Uji Regresi

Uji regresi merupakan bagian dari statistik inferensial yang memiliki fungsi untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel dependen (Y) jika variabel independen (X) mengalami kenaikan nilai yang berlipat ganda. (Machali, 2021). Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti untuk memperkirakan kaitan antara dua variabel, seperti dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan berikut:

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

Keterangan:

Y	=	Perilaku Konsumtif
A	=	Koefisien Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	=	Koefisien Regresi
X1	=	Penggunaan <i>E-money</i>
X2	=	Transaksi non-tunai

X_3 = Promosi

E = Error

d. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Terdapat dua dasar pengambilan keputusan, yaitu dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

- a) Apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan hipotesis diterima
- b) Apabila nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan hipotesis ditolak (www.spssindonesia.com).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Rumusan Hipotesis

$H_{01} : \beta_1 < 0$: Penggunaan *e-money* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

$H_{a1} : \beta_1 > 0$: Penggunaan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

$H_{02} : \beta_2 < 0$: Transaksi non-tunai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

$H_{a2} : \beta_2 > 0$: Transaksi non-tunai berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

H₀₃ : $\beta_3 < 0$: Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

H_{a3} : $\beta_3 > 0$: Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

H₀₄ : $\beta_4 < 0$: Penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

H_{a4} : $\beta_4 > 0$: Penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

b) Kriteria Pengujian

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 dapat diterima dan H_a ditolak

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a dapat diterima

c) Kriteria Signifikansi

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05 dan tingkat kepercayaan atau reliabilitas ditetapkan sebesar 0,95.

d) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji F (Uji Simultan)

a) Rumusan Hipotesis

H₀ : $\beta < 0$: Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara penggunaan *e-money*, transaksi non-

tunai, dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto

H_a : $\beta > 0$: Terdapat pengaruh secara signifikan antara penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai, dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Purwokerto .

b) Kriteria Pengujian

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ dapat diterima dan H_a ditolak

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a dapat diterima

c) Kriteria Signifikansi

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05 dan tingkat kepercayaan atau reliabilitas ditetapkan sebesar 0,95.

d) Dasar pengambilan keputusan

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a dapat diterima atau semua variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ dapat diterima dan H_a ditolak atau semua variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama tidak dapat mempengaruhi variabel dependen.

3. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Tujuan dari Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai *R square* terletak antara 0 dan 1. Ketika nilai *R square* mendekati 1, grafik regresi yang bersangkutan menggambarkan 100% variasi Y. Sebaliknya, jika nilai *R-square* sama dengan atau kurang dari nol, plot regresi tidak akan terjadi menggambarkan secara jelas variasi Y. Koefisien determinasi didasarkan pada kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kekuatan variabel bebas dalam menggambarkan variasi variabel terikatnya (Nifak, 2016).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah mahasiswa di Purwokerto. Saat ini penggunaan *e-money* dan transaksi non-tunai sedang marak digunakan oleh kebanyakan mahasiswa. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa di Purwokerto adalah pendatang, sehingga untuk mendapatkan uang saku dari orang tua memerlukan tabungan/rekening untuk tranfer dana. Dari dana tersebut seringkali mahasiswa malas untuk tarik tunai dan memilih menggunakan transaksi non-tunai.

Penelitian ini dilakukan pada tiga Perguruan Tinggi yang ada di Purwokerto. Pertama, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, satu-satunya perguruan tinggi di Purwokerto yang berada dibawah naungan Kementerian Agama. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri di Purwokerto beralamat di Jl. A. Yani No40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara. Kedua, Universitas Jenderal Soedirman atau yang sering dikenal dengan nama UNSOED. UNSOED merupakan Perguruan Tinggi Negeri yang beralamat di Jl. Prof. Dr. HR. Boenjamin, Grendeng, Purwokerto. Yang terakhir adalah Universitas Muhammadiyah Purwokerto, kampus swasta terbesar di Purwokerto. Universitas Muhammadiyah Purwokerto beralamat di Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Banyumas. Alasan penulis memilih ketiga perguruan tinggi tersebut dikarenakan tiga perguruan tinggi ini memiliki jumlah mahasiswa terbanyak dari seluruh perguruan tinggi yang ada di Purwokerto sehingga memungkinkan untuk mendapatkan data yang cukup.

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil pengisian kuesioner penelitian oleh mahasiswa di Purwokerto. Dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Dengan teknik tersebut tidak semua populasi dapat

dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian harus memenuhi beberapa karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti. Berdasarkan metode perhitungan sampel tersebut, diperoleh sampel pada penelitian ini sebanyak 346 mahasiswa.

Tabel 4. 1 Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah Mahasiswa
1	Mahasiswa aktif UIN SAIZU/UNSOED/UMP	346
2	Berusia minimal 17 tahun	346
3	Pernah atau sedang menggunakan layanan <i>e-money</i>	346
4	Pernah atau sedang menggunakan transaksi non-tunai	346

Sumber : Data Kuesioner Penelitian

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan diperoleh presentase responden 100% dari seluruh responden sebanyak 346 yang memenuhi kriteria sampel pada penelitian ini.

1. Distribusi Frekuensi Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	17 tahun	23	6.65%
2.	18 tahun	38	10.98%
3.	19 tahun	44	12.72%
4.	20 tahun	69	19.94%
6.	21 tahun	88	25.43%
7.	22 tahun	59	17.05%
8.	23 tahun	20	5.78%
9.	24 tahun	3	0.87%
10.	25 tahun	2	0.58%
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa di Purwokerto khususnya mahasiswa UIN SAIZU, UNSOED

dan UMP sudah tidak asing dengan *e-money* maupun dengan layanan transaksi non-tunai dalam kehidupan sehari-hari mereka. Pengguna *e-money* dan layanan transaksi non-tunai dikalangan mahasiswa didominasi oleh mahasiswa yang berusia 21 tahun sebanyak 88 mahasiswa dengan persentase 25,43%. Selanjutnya mahasiswa dengan usia 20 tahun sebanyak 69 mahasiswa dengan persentase 19,94%. Disusul dengan mahasiswa dengan usia 22 tahun dan 19 tahun dengan masing-masing sebanyak 59 dan 44 mahasiswa. Hasil ini membuktikan bahwa penerimaan teknologi baru oleh mahasiswa cenderung diminati dan menjadi trend di kehidupan sekarang.

2. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	108	31,21%
2.	Perempuan	238	68,79%
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jenis kelamin mahasiswa di Purwokerto yang pernah atau sedang menggunakan *e-money* dan layanan transaksi non-tunai adalah kebanyakan mahasiswa perempuan dengan jumlah 238 mahasiswa atau sebanyak 68,79%. Sedangkan untuk laki-laki dengan persentase 31,21% sebanyak 108 mahasiswa. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna *e-money* dan layanan transaksi non-tunai didominasi oleh mahasiswa perempuan.

3. Distribusi Frekuensi Universitas

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas

No	Asal Universitas	Frekuensi	Presentase (%)
1.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri	91	26.30%
2.	Universitas Jenderal Soedirman	144	41.62%

3.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	111	32.08%
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dan perhitungan *proportional stratified random sampling* masing-masing perguruan tinggi didapatkan hasil penyebaran kuesioner UIN SAIZU sebanyak 91 mahasiswa dengan persentase 26,30%, mahasiswa UNSOED sebanyak 144 mahasiswa dengan persentase 41,62% dan mahasiswa UMP sebanyak 111 mahasiswa dengan persentase 32,08%.

4. Distribusi Frekuensi Jurusan

Tabel 4. 5 Karakteristi Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Administrasi Bisnis	3	0.88%
2.	Administrasi Perkantoran	2	0.58%
3.	Administrasi Publik	2	0.58%
4.	Agribisnis	7	2%
6.	Akuntansi	22	6.36%
7.	Bahasa Indonesia	1	0.29%
8.	Biologi	8	2.31%
9.	Bisnis Digital	1	0.29%
10.	Ekonomi	1	0.29%
11.	Ekonomi Syariah	19	5.49%
12.	Farmasi	13	3.75%
13.	Fisika	3	0.88%
14.	HES	6	1.73%
15.	HKI	3	0.88%
16.	HTN	5	1.45%
17.	Hubungan Internasional	3	0.88%
18.	Hukum	28	8%
19.	IAT	3	0.88%
20.	IESP	2	0.58%
21.	Ilmu Gizi	7	2%
22.	Ilmu Kelautan	1	0.29%
23.	Ilmu Lingkungan	3	0.88%
24.	Ilmu Politik	4	1.16%
25.	Informatika	5	1.45%
26.	Kebidanan	5	1.45%
27.	Kedokteran	9	2.60%

28.	Keperawatan	15	4.34%
29.	Kesmas	2	0.58%
30.	Komunikasi	7	2%
31.	KPI	2	0.58%
32.	Manajemen	9	2.60%
33.	Manajemen Bisnis	6	1.70%
34.	Mazawa	1	0.29%
35.	Marketing Management	1	0.29%
36.	Matematika	3	0.88%
37.	PAI	17	4.91%
38.	PBA	1	0.29%
39.	Pend. Bahasa Indonesia	2	0.58%
40.	PPKN	8	2.31%
41.	Perbankan Syariah	40	11.56%
42.	Perencanaan Sumber Daya Lahan	2	0.58%
43.	Pertanian	4	1.16%
44.	Peternakan	9	2.60%
45.	PGSD	14	4%
46.	PIAUD	2	0.58%
47.	PJKR	12	3.47%
48.	Sastra Inggris	7	2%
49.	Sastra Indonesia	2	0.58%
50.	Sosiologi	2	0.58%
51.	Teknik Elektro	2	0.58%
52.	Teknik Pertanian	4	1.16%
53.	Teknik Geologi	3	0.88%
54.	Teknologi Pangan	3	0.88%
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini yang pernah atau sedang menggunakan *e-money* dan layanan transaksi non-tunai didominasi oleh mahasiswa Perbankan Syariah dengan jumlah 40 mahasiswa atau sebesar 11,56%, kemudian disusul mahasiswa Hukum sebanyak 28 dengan persentase 8% dan kemudian dari jurusan akuntansi sebanyak 22 mahasiswa atau sebesar 6,36%.

5. Status Penggunaan *E-money*

Tabel 4. 6 Status Penggunaan *E-Money*

No	Status Penggunaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pernah/sedang menggunakan	346	100%
2.	Tidak pernah menggunakan	-	-
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat kita ketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang pernah atau sedang menggunakan *e-money* sebesar 346 mahasiswa atau 100%. Artinya, sebanyak 346 mahasiswa memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini.

6. Status Penggunaan Transaksi Non-tunai

Tabel 4. 7 Status Penggunaan Transaksi Non-tunai

No	Status Penggunaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pernah/sedang menggunakan	346	100%
2.	Tidak pernah menggunakan	-	-
Total		346	100%

Sumber : Data Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat kita ketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang pernah atau sedang menggunakan layanan transaksi non-tunai sebesar 346 mahasiswa atau 100%. Artinya, sebanyak 346 mahasiswa memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini.

C. Hasil Analisa Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan dan kecermatan alat tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya (Hantono, 2020). Suatu item dinyatakan valid

apabila memenuhi indikator pengukuran dengan membandingkan r_{tabel} dan r_{hitung} . r_{tabel} diperoleh dari $df = N - 2$, dalam penelitian ini N sebanyak 346, maka $df = 346 - 2 = 344$, maka ditarik kesimpulan r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,1055. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka item pernyataan dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka item pernyataan dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS Statistic 16.0. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>E-money</i> (X1)	X1.1	0,793	0,1055	VALID
	X1.2	0,803	0,1055	VALID
	X1.3	0,848	0,1055	VALID
	X1.4	0,849	0,1055	VALID
	X1.5	0,831	0,1055	VALID
	X1.6	0,817	0,1055	VALID
Transaksi Non-tunai (X2)	X2.1	0,757	0,1055	VALID
	X2.2	0,780	0,1055	VALID
	X2.3	0,831	0,1055	VALID
	X2.4	0,788	0,1055	VALID
	X2.5	0,746	0,1055	VALID
	X2.6	0,737	0,1055	VALID
	X2.7	0,831	0,1055	VALID
	X2.8	0,796	0,1055	VALID
Promosi (X3)	X3.1	0,676	0,1055	VALID
	X3.2	0,773	0,1055	VALID
	X3.3	0,751	0,1055	VALID
	X3.4	0,759	0,1055	VALID
	X3.5	0,750	0,1055	VALID
	X3.6	0,713	0,1055	VALID
	X3.7	0,768	0,1055	VALID
	X3.8	0,727	0,1055	VALID
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,656	0,1055	VALID
	Y2	0,769	0,1055	VALID
	Y3	0,819	0,1055	VALID
	Y4	0,631	0,1055	VALID
	Y5	0,851	0,1055	VALID
	Y6	0,850	0,1055	VALID

	Y7	0,826	0,1055	VALID
	Y8	0,644	0,1055	VALID

Sumber: Pengolah Data Primer, 2025

Berdasarkan uji validitas, variabel *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2), promosi (X3) serta perilaku konsumtif (Y) dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam semua variabel dinyatakan valid karena semua r_{hitung} masing-masing item lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1055.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Hasil pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (Hantono, 2020). Untuk melihat item pernyataan reliabel atau tidak kita dapat mengetahui dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. apabila item pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka item pertanyaan dinilai reliabel (Wijayanti, 2015). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 16.0. Adapun hasil pengujiannya disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
<i>E-money</i> (X1)	0,905	0,6	RELIABEL
Transaksi Non-tunai (X2)	0,908	0,6	RELIABEL
Promosi (X3)	0,880	0,6	RELIABEL
Perilaku Konsumtif (Y)	0,898	0,6	RELIABEL

Sumber: Pengolaahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menyatakan bahwa variabel *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2), promosi (X3) dan

perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak kita dapat melihat dengan beberapa pengujian, antara lain: Uji kolmogrov Smirnov, apabila didapatkan hasil pengujian nilai signifikan lebih dari 0,05 maka distribusi normal dan sebaliknya, apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka distribusi tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software SPSS 16.0*. adapun hasil mengujiannya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandarized Residual</i>	Keterangan
<i>Asymp. Sig</i>	0,104	NORMAL

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Dari hasil pengujian diatas diperoleh nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,769 yang mana lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, didukung juga dari grafik P-Plot dimana sebaran mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi dimana adanya korelasi antara variabel independen satu dengan lainnya. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan hasil uji multikolinearitas adalah apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi

gejala multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas (Hantono, 2020). Uji multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS 16.0. Adapun hasil pengujiannya disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel X	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>E-money</i>	0,289	3,466	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Transaksi Non-tunai	0,264	3,793	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Promosi	0,547	1,829	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas didapatkan hasil nilai *tolerance* pada variabel *e-money* (X1) sebesar 0,289, nilai *tolerance* pada variabel transaksi non-tunai sebesar 0,264, dan nilai *tolerance* pada variabel promosi sebesar 0,547. Ketiga nilai *tolerance* tersebut masing-masing lebih dari 0,10. Selanjutnya, nilai VIF pada variabel *e-money* sebesar 3,466, nilai VIF pada variabel transaksi non-tunai sebesar 3,793 dan nilai VIF pada variabel promosi sebesar 1,829. Ketiga nilai VIF tersebut kurang dari 10. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terdapat gejala multikolineritas.

c. **Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Imam Ghozali (2005: 105), uji heteroskastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke residual lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Adapun dasar pengambilan keputusannya dengan melihat nilai signifikan pada tabel *coefficients*. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak ada gejala heteroskedastisitas, namun apabila nilai signifikan $<$

0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS 16.0, adapun hasil pengujiannya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Nilai Sig	Keterangan
<i>E-money</i>	0,968	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Transaksi non-tunai	0,666	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Promosi	0,744	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat dilihat nilai signifikan ketiga variabel lebih dari 0,05. Nilai signifikan *e-money* sebesar 0,968, nilai signifikan transaksi non-tunai sebesar 0,666 dan nilai signifikan promosi sebesar 0,744. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel X dan variabel Y. Pada penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk melihat adanya pengaruh penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2) dan promosi (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y). Adapun hasil regresi linear berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Koefisien Regresi
<i>Constant (a)</i>	4,687
<i>E-money (X1)</i>	-0,522
Transaksi Non-tunai	0,390
Promosi	0,759

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,687 - 0,522X_1 + 0,390X_2 + 0,759X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan adanya hubungan antara variabel depende secara parsial, berikut ini interpretasi dari persamaan hasil tersebut:

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 4,687 yang menunjukkan pengaruh positif variabel independen, dimana jika variabel *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2), dan promosi (X3) dianggap sama dengan nol (0) atau nilainya tetap, maka variabel perilaku konsumtif akan naik sebesar 4,687 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi B1 pada variabel *e-money* (X1) sebesar -0,522, tanda negatif berarti berbanding terbalik. Artinya, apabila nilai X1 naik 1 satuan, maka Y (perilaku konsumtif) akan mengalami penurunan sebesar 0,522 satuan. Sebaliknya apabila X1 mengalami penurunan 1 satuan, maka Y akan akan sebesar 0,522 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi (B2) pada variabel transaksi non-tunai (X2) sebesar 0,390 dengan arah positif. Artinya apabila X2 meningkat 1 satuan, maka Y akan meningkat sebesar 0,390 satuan. Sebaliknya apabila X2 mengalami penurunan, maka Y akan turun sebesar 0,390 satuan.
- d. Nilai koefisien regresi (B3) pada variabel promosi (X3) sebesar 0,759 dengan arah positif. Artinya, Y akan meningkat sebesar 0,759 satuan apabila X3 mengalami peningkatan 1 satuan. Dan sebaliknya, apabila X3 mengalami penurunan 1 satuan, maka Y akan mengalami penurunan sebesar 0,759 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi terhadap perilaku konsumtif. Dasar pengambilan keputusan uji t adalah dengan melihat nilai signifikan dan t_{hitung} . Apabila nilai $sig < 0,05$ dan $t_{hitung} >$

t_{tabel} maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, dan hipotesis diterima. t_{tabel} diperoleh dari perhitungan rumus $DF = n - k$, n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel dalam penelitian, maka $DF = 346 - 4 = 342$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,649. Berikut adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Variabel	t tabel	t hitung	Sig
<i>E-money</i> (X1)	-1,649	-3.975	0,000
Transaksi non-tunai (X2)	1,649	3.885	0,000
Promosi (X3)	1,649	10.262	0,000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh bahwa nilai sig Penggunaan *E-money* (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000, maka $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, nilai t_{hitung} X1 diperoleh sebesar -3,975, maka $-2,724 < -1,649$. Dari hasil pengujian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Dan hipotesis **diterima**.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh bahwa nilai sig transaksi non-tunai (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000, maka $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, nilai t_{hitung} X2 diperoleh sebesar 3,885, maka $3,885 > 1,649$. Dari hasil pengujian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi non-tunai berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Dan hipotesis **diterima**.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh bahwa nilai sig Promosi (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000, maka $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, nilai t_{hitung} X3 diperoleh

sebesar 10,262, maka $10,626 > 1,651$. Dari hasil pengujian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi non-tunai berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Dan hipotesis **diterima**.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji signifikasi simultan merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama. Dalam penelitian ini, Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2) dan promosi (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y). Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji simultan dalam penelitian ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

	F Hitung	Sig
<i>Regression</i>	74,085	0,000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan 0,000 $< 0,05$ dan F hitung sebesar $74,085 > F_{\text{tabel}} 2,631$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2), dan promosi (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square/R²*)

Koefisien determinasi adalah uji yang dilakukan untuk melihat besaran presentase pengaruh penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi terhadap perilaku konsumtif. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
Perilaku Konsumtif	0,394	0,389

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,394 (39,4%), artinya variabel *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 39,4%, sedangkan sisanya sebesar 60,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

D. Pembahasan

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

Kecenderungan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran menjadikan penggunanya merasakan tidak mengeluarkan uang saat berbelanja. Hal ini membuat mahasiswa merasa bahwa uangnya tidak berkurang atau tetap. Selain itu, kemudahan yang ditawarkan *e-money* membuat penggunanya kadang tidak sadar dalam membelanjakan uangnya, karena prosesnya yang cepat dan mudah dioperasikan (Oktarina & Iskandar, 2023).

Dalam konteks *e-money*, mahasiswa cenderung menerima teknologi baru karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan. Terobosan baru melakukan pembayaran tanpa uang tunai membuat transaksi dilakukan dengan cepat dan praktis. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (L. G. K. Dewi et al., 2021) menyebutkan bahwa kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh *e-money* memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pendekatan model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989), dalam model TAM terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*. PU merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa teknologi akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan PEOU mencerminkan persepsi bahwa teknologi mudah digunakan. Kedua faktor tersebut mempengaruhi *attitude toward using* atau sikap penggunaan *e-money* dalam kalangan mahasiswa. Sikap penggunaan ini kemudian akan mengarah pada *behavioral intention to use* atau kecenderungan untuk terus menggunakan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.14, didapatkan hasil nilai signifikan *e-money* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} X1 diperoleh sebesar $-3,975 > -1,649$ yang berarti bahwa penggunaan *e-money* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan **H1 diterima**. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai signifikan kurang dari 0,05 dan t hitung lebih dari t tabel, yaitu -1,649 mengindikasikan bahwa *e-money* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto.

Berbeda dengan hasil penelitian ini, penelitian yang dilakukan oleh (Wardoyo & Mahyuzar, 2024) menyebutkan bahwa penggunaan *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping. Dalam penelitiannya disebutkan bahwa kemudahan yang ditawarkan *e-money* tidak mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa karena mahasiswa dinilai sudah dapat membedakan kebutuhan atau keinginan saja.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pertanyaan penggunaan *e-money* didapatkan jawaban mayoritas responden memberikan skor tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa mempengaruhi pola konsumsinya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Oktarina & Iskandar, 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitiannya, mengutip dari Blackwell et.all menyebutkan bahwa terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah faktor lingkungan yang dimaksudkan adalah teknologi. Menurutnya, semakin maju bidang teknologi maka akan semakin meningkat juga kebutuhan atau keinginan konsumen. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rakhman & Pertiwi, 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Hal ini dikarenakan kemudahan pengoperasian *e-money* yang dinilai memberikan banyak

manfaat salah satunya tidak perlu membawa uang tunai.

2. Pengaruh Transaksi Non-Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif

Sejak pandemi COVID-19 kita sudah terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi, hampir semua kehidupan dapat dilakukan dengan jarak jauh atau secara digital tidak terkecuali dalam melakukan transaksi. Penggunaan transaksi non-tunai kini menjadi hal yang sangat banyak dijumpai dalam berbagai kalangan, termasuk kalangan mahasiswa. Kenyamanan dalam bertransaksi yang ditawarkan menjadikan transaksi non-tunai sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan setiap harinya. Banyaknya instrumen pembayaran non-tunai seperti QRIS, *Mobile banking*, *e-wallet*, dan kartu debit mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif tanpa disadari (Pramesti et al., 2023). Kemudahan akses dan kecepatan transaksi kerap membuat mahasiswa melakukan *impulse buying*.

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.14, didapatkan hasil nilai signifikan layanan transaksi non-tunai sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} X2$ diperoleh sebesar $3,8851 > 1,649$ yang berarti bahwa penggunaan transaksi non-tunai secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan **H2 diterima**.

Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), adopsi transaksi non-tunai oleh mahasiswa dapat dijelaskan melalui dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) dan *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan). Mahasiswa menganggap bahwa transaksi non-tunai lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan transaksi tunai, karena mengurangi risiko kehilangan uang dan mempercepat proses pembayaran. Selain itu, kemudahan dalam penggunaan teknologi pembayaran digital membuat mahasiswa lebih cenderung menggunakannya untuk berbagai keperluan sehari-hari. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan transaksi non-tunai, terjadi pula peningkatan kecenderungan untuk berbelanja secara impulsif karena akses yang lebih cepat dan praktis terhadap barang atau layanan (Ma'ruf, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Khaeruddin & Jamil, 2024) disebutkan bahwa transaksi non-tunai berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut ialah transaksi non-tunai dinilai efisien dan praktis, sehingga membuat kecenderungan berperilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang didasari karena proses transaksi yang memberikan banyak keuntungan sehingga mendorong pembelian barang atau jasa yang tidak dibutuhkan.

Seiring meningkatnya penggunaan transaksi non-tunai, maka akan meningkat juga perilaku konsumtif kalangan mahasiswa. Kemudahan akses dan minimnya hambatan dalam melakukan transaksi menyebabkan mahasiswa sering melakukan *impulsive buying*. Dari hasil penyebaran data kuesioner terkait pertanyaan transaksi non-tunai mayoritas responden menjawab dengan nilai 4 atau 5, yang berarti mahasiswa di Purwokerto menyadari bahwa penggunaan layanan transaksi non-tunai meningkatkan pola konsumsi mereka.

Salah satu dampak utama dari penggunaan transaksi non-tunai adalah hilangnya keterbatasan fisik dalam pengeluaran. Dengan transaksi tunai, mahasiswa dapat melihat langsung jumlah uang yang berkurang saat melakukan pembayaran, sehingga mereka lebih sadar terhadap jumlah pengeluaran mereka. Namun, dalam transaksi non-tunai, mahasiswa hanya melihat angka di layar tanpa merasakan pengurangan uang secara fisik. Akibatnya, mahasiswa dapat lebih mudah tergoda untuk membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, yang pada akhirnya meningkatkan perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif

Promosi merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Dengan adanya promosi seseorang akan termotivasi untuk membeli atau menggunakan barang tersebut hanya untuk memenuhi keinginannya. Media promosi sekarang lebih beragam, banyak promosi yang dilakukan melalui media sosial atau memasang iklan online

(Fadillah & Muchtasib, 2020). Sebagai pengguna internet nomor 1 di Indonesia, mahasiswa yang termasuk gen Z sudah sangat akrab dengan media sosial. Oleh karena itu, banyak mahasiswa terdorong untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Promosi yang ditampilkan secara terus menerus dan berbagai manfaat yang ditawarkan akan membuat mahasiswa terpengaruh untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.14, didapatkan hasil nilai signifikan promosi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} X3 diperoleh sebesar $10,262 > 1,649$ yang berarti bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan **H3 diterima**.

Dalam teori perilaku konsumen terdapat 2 faktor yang memengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian. Faktor internal seperti motivasi, sikap dan persepsi akan suatu barang. Sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh hal diluar dari diri konsumen seperti lingkungan, budaya dan strategi pemasaran. Diera digital saat ini, promosi banyak dilakukan di sosial media, mulai dari iklan di media sosial, diskon hingga diiklankan langsung oleh influencer. Hal ini dilakukan karena kebanyakan mahasiswa sekarang tidak pernah lepas berselancar di media sosial. Mahasiswa menjadi target pelaku usaha karena cenderung membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang panjang (Diah & Sukmawati, 2022). Mereka cenderung tertarik pada produk yang diiklankan oleh idola mereka meskipun tidak membutuhkan barang tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Da et al., 2025) menyatakan bahwa promosi online memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif gen Z. Adapun faktor dominan yang menyebabkan perilaku konsumtif gen Z dalam penelitian ini adalah adanya diskon. Adanya potongan harga yang ditawarkan menarik mahasiswa untuk melakukan pembelian saat itu juga walaupun tidak perlu. Hasil penyebaran kuesioner penelitian ini juga menghasilkan jawaban dengan skor tinggi pada pertanyaan potongan harga (diskon). Hal ini menunjukkan bahwa

mahasiswa akan cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan ketika mendapatkan diskon atau potongan harga.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Howandi et al., 2016) yang menyebutkan bahwa promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Adanya promosi menciptakan urgensi yang mendorong pembelian secara spontan tanpa pertimbangan yang panjang. Seperti yang kita ketahui bahwa mahasiswa merupakan masa peralihan remaja ke dewasa, sehingga masih perlu belajar terkait manajemen keuangan.

4. Pengaruh Simultan antara Penggunaan *E-money*, Transaksi Non-Tunai dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif

Di era digital ini, gaya hidup masyarakat khususnya mahasiswa mengalami pergeseran salah satunya dalam model transaksi (Kurnia, 2020). Adanya *e-money* dan berbagai instrumen pembayaran non-tunai kini menjadil pilihan utama dalam bertransaksi. Kemudahan akses, efisiensi waktu dan kenyamanan dalam bertransaksi membuat layanan transaksi non-tunai dan *e-money* banyak diminati oleh semua kalangan, khususnya mahasiswa. Di sisi lain, adanya promosi dalam bentuk potongan harga, voucher dan pemasaran langsung kerap juga memengaruhi mahasiswa untuk melakukan pembelian. Banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh jasa penyedia transaksi non-tunai ditambah dengan promosi yang dilakukan suatu perusahaan seringkali mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif dan melebihi kebutuhan.

Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada tabel 4.15, didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $74,085 > F_{tabel} 2,631$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2) dan promosi (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Dengan demikian maka **H4 diterima**.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,394 atau sebesar 39,4%. Dengan demikian

variabel penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2) dan promosi (X3) memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 39,4%, dan sisanya sebesar 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Dalam penelitian ini penggunaan e-money, transaksi non-tunai, dan promosi memiliki keterkaitan satu sama lain dalam memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam kerangka TAM, faktor kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital diperkuat oleh insentif promosi, yang pada akhirnya meningkatkan frekuensi dan jumlah konsumsi mahasiswa. Penggunaan *e-money* memberikan alternatif lain dalam pembayaran yang mengadopsi teknologi baru sehingga mahasiswa tidak perlu membawa uang tunai ketika berpergian. Kemudian transaksi non-tunai memberikan akses kemudahan dalam bertransaksi seperti pembayaran menggunakan QRIS, *e-money*, *virtual account* dan pembayaran digital lainnya. Didukung adanya promosi akan menarik minat mahasiswa dalam melakukan pembelian secara spontan. Banyaknya promosi yang ditawarkan yang berkaitan dengan metode pembayaran dari layanan jasa keuangan turut serta memberikan daya tarik untuk melakukan transaksi secara non-tunai.

Dengan demikian ketiga variabel dalam penelitian ini, yaitu penggunaan *e-money*, transaksi non-tunai dan promosi mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil Uji t didapatkan nilai signifikan *e-money* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} X1$ diperoleh sebesar $-3,975 > -1,649$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Hasil Uji t didapatkan nilai signifikan layanan transaksi non-tunai sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} X2$ diperoleh sebesar $3,8851 > 1,649$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan transaksi non-tunai secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan yang ditawarkan meningkatkan minat pengguna untuk terus melakukan transaksi.
3. Hasil Uji t didapatkan nilai signifikan promosi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} X3$ diperoleh sebesar $10,262 > 1,649$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Adanya promosi dapat menarik mahasiswa untuk melakukan pembelian, terutama adanya potongan harga atau diskon.
4. Hasil Uji F didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $74,085 > F_{tabel} 2,631$. Penggunaan *e-money*, transaksi non tunai dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh untuk bersikap konsumtif.
5. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,394 atau sebesar 39,4%. Dengan demikian variabel penggunaan *e-money* (X1), transaksi non-tunai (X2) dan promosi (X3) memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 39,4%.

B. Saran

Dari hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa terutama mahasiswa di Purwokerto, agar lebih hati-hati dalam menggunakan teknologi baru. Pemanfaatan teknologi baru harus diimbangi dengan kontrol diri yang baik sehingga tidak terjerumus dalam dampak negatifnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain dalam meneliti terkait perilaku konsumtif, misalnya kontrol diri, lingkungan sosial atau bahkan uang saku.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3567>
- Da, P., Ferreira, C., & Hwihanus, H. (2025). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Market place*.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Ilahi, A. K., & Syauki, W. R. (2022). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (1st ed.). UB Press.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56–77. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Fadillah, A. N., & Muchtasib, A. B. (2020). *Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. 7(1), 1233–1243.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Skripsi dengan Aplikasi SPSS*. <https://deepublishstore.com/shop/buku-metodologi-penelitian-skripsi-dengan-aplikasi-spss/>
- Hawa, S. D., Raharja, M. C., & Rianto, S. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Batik Banyumas Melalui Kinerja

- Pemasaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 4(1), 40–44.
- Hayati, S. N. S., Rusdiana, & Malihah, L. (2023). Pengaruh Digital Payment dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.5152>
- Howandi, R. D., Cendana, S., Panggabean, M. S., & Pane, D. N. (2016). *PENGARUH PROMOSI, POTONGAN HARGA DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA MARKETPLACE SHOPEE*. 6, 1–23.
- Ibrahim, A. (2021). Metodologi Penelitian Ekonomi DAN BISNIS ISLAM. In A. Rahmati (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). Ar-Raniry Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Khaeruddin, & Jamil, M. (2024). *Pengaruh Transaksi Non Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Makassar*. 1192, 304–317.
- Kurnia, L. D. (2020). *Analisis Efisiensi Penerapan Transaksi Non Tunai Dalam Metro Provinsi Lampung*. 14(1).
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Kurniawan, M. Z. (2023). Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), 151–162. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i1.3636>
- Ma'ruf, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Persepsi Risiko, Dan Kenyamanan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Belanja Online (Studi Pada Toko Online Lazada.com). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 3, 535–549.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt

- Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nifak, K. (2016). Pengaruh Inflasi dan BI Rate Terhadap profitabilitas PT. BANK BCA SYARIAH (2012 - 2016). *UIN SATU Tulungagung Institutional Repository*, 17, 43. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9167/>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(17), 399–405.
- Nurkhasanah, U., & Saifuddin. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo. *Ico Edusha*, 2(1), 475–485. <https://prosiding.stainim.ac.id/index.php/prd/article/view/167>
- Oktarina, H., & Iskandar, A. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmiah Pena*, 14(01), 75–78.
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal of Management (JOMB)*, 13(1), 104–116.
- Robbie, & Lutfi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan Terhadap Penggunaan Nyata Dengan Minat Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Masyarakat Generasi X Dalam Menggunakan Sistem Electronic Money Dana. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(75), 147–154.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Shafrani, Y. S. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Agama*, 18(2), 290–301. <https://doi.org/10.24090/jpa.v18i2.2017.pp290-301>
- Suarantalla, R., Aliyah, J., & Tryana, A. L. (2023). Melangkah ke Era Digital: Sosialisasi Literasi Keuangan untuk Transaksi Non Tunai. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 82–89. <https://doi.org/10.38043/parta.v4i1.4417>

- Sufyati HS, & Alvi Lestari. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.396>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Wahyuni. (2019). Pengertian skala likert. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Wardoyo, E., & Mahyuzar, H. (2024). PENGARUH LIFE STYLE, SELF CONTROL, PENGGUNAAN E-MONEY DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MELAKUKAN. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wijayanti, R. (2015). Buku Ajar Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 5–24.
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 76–91. <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.472>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, TRANSAKSI NON-TUNAI DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI PURWOKERTO

Assalamualaikum wr.wb

Saya Nadia Nungki Wibowo Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini melakukan penelitian skripsi. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan benar dan tepat. Segala data informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan dijaga kerahasiannya.

Demikian permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i saya mengucapkan terima kasih.

Wassamualaikum wr.wb

Purwokerto, 12 Desember 2024

Hormat Saya,



Nadia Nungki Wibowo

NIM. 214110202211

KUESIONER PENELITIAN

A. Data Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Asal Universitas :
5. Jurusan/Program Studi :
6. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan layanan *e-money*?
 - a. Iya
 - b. Tidak
7. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan layanan transaksi non-tunai
 - a. Iya
 - b. Tidak

B. Petunjuk Pengisian Responden

1. Responden diharapkan membaca deskripsi masing-masing pernyataan dengan teliti sebelum memberikan jawaban
2. Responden dapat memberikan jawaban dengan memilih salah satu pilihan jawaban yang tersedia dengan cara memberikan centang (v) pada pilihan jawaban yang dipilih
3. Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik Skala Likert, yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1
Tidak Setuju (TS)	: 2
Netral (N)	: 3
Setuju (S)	: 4
Sangat Setuju (SS)	: 5
4. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, sehingga dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin

C. Pernyataan Kuesioner

1. Penggunaan *e-money* (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Manfaat dan Keuntungan						
1.	Dengan menggunakan <i>e-money</i> saya dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat dan tepat					
2.	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> lebih praktis daripada menggunakan uang tunai					
Kemudahan						
3.	Informasi terkait prosedur penggunaan layanan <i>e-money</i> jelas dan mudah dipahami					
4.	Saya tidak merasa kesulitan dalam melakukan transaksi menggunakan <i>e-money</i>					
Kepercayaan						
5.	Dengan sudah dikeluarkannya peraturan mengenai <i>e-money</i> oleh Bank Indonesia membuat saya percaya untuk menggunakan <i>e-money</i>					
6.	Saya percaya bahwa <i>e-money</i> akan memberikan layanan terbaik					

2. Transaksi non-tunai (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Cepat						
1.	Dengan menggunakan transaksi non-tunai saya dapat menyelesaikan pembayaran dengan cepat					
2.	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi non-tunai lebih efisien dibandingkan transaksi tunai					
Akurat						
3.	Saya jarang mengalami kesalahan dalam melakukan transaksi non-tunai					
4.	Dengan menggunakan transaksi non-tunai jumlah pembayaran tercatat dengan akurat					
Murah						
5.	Saya tidak merasa terbebani terkait biaya transaksi non-tunai					
6.	Pembayaran menggunakan sistem transaksi non-tunai tidak dikenai biaya tambahan atau cenderung rendah					
Mudah						
7.	Transaksi non-tunai mudah dan nyaman saat digunakan					
8.	Saya jarang mengalami kesulitan dalam menggunakan transaksi non-tunai					

3. Promosi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Potongan harga						
1.	Saya cenderung melakukan pembelian ketika ada potongan harga					
2.	Potongan harga yang ditawarkan menarik membuat saya tertarik untuk membeli suatu produk					
Kupon belanja						
3.	Kupon belanja mendorong saya untuk melakukan pembelian ulang					
4.	Dengan adanya kupon belanja dapat menghemat pengeluaran saya					
Penjualan langsung						
5.	Saya lebih senang memilih penjualan langsung karena mendapatkan informasi produk dengan detail					
6.	Penjualan langsung memberikan pengalaman berbelanja lebih personal					
Frequent Shopper Program						
7.	Saya merasa program frequent shopper memberikan keuntungan bagi pelanggan setia					
8.	Saya lebih suka berbelanja di tempat yang memiliki program rewards bagi pelanggan setia					

4. Perilaku Konsumtif (Y)

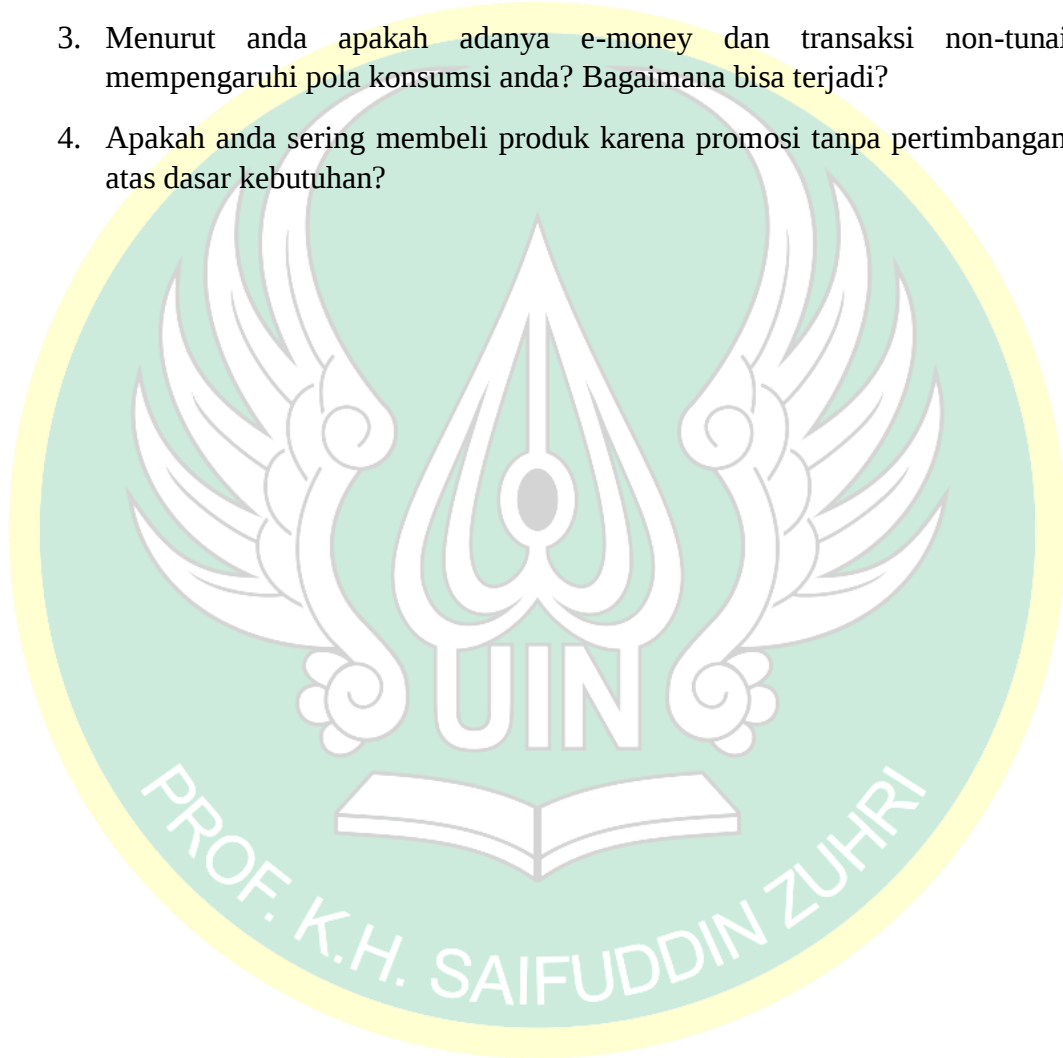
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Membeli produk karena iming-iming hadiah						
1.	Saya sering membeli produk karena tertarik dengan promo yang ditawarkan					
Membeli produk karena kemasannya menarik						
2.	Saya melakukan pembelian karena kemasannya menarik					
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi						
3.	Saya membeli produk karena gengsi di lingkungan pertemanan					
Membeli produk atas pertimbangan harga						
4.	Saya membeli produk karena potongan harga atau <i>discount</i> yang ditawarkan					
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status						
5.	Saya membeli produk bermerk untuk menjaga citra saya di lingkungan sosial					
Membeli produk karena mengidolakan model yang mengiklankan						
6.	Saya cenderung menggunakan produk yang diiklankan oleh model atau <i>influencer</i> yang saya sukai					
Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi						
7.	Saya lebih percaya diri apabila menggunakan produk yang mahal					
Mencoba lebih dari dua produk sejenis						
8.	Saya cenderung mencoba berbagai merek untuk produk sejenis untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya					

Lampiran 2

Lampiran 2.1 Transkrip Wawancara

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apakah anda pengguna layanan transaksi non-tunai? Seberapa sering anda menggunakannya
2. Jenis e-money apa yang sering anda pakai, seberapa sering anda gunakan?
3. Menurut anda apakah adanya e-money dan transaksi non-tunai mempengaruhi pola konsumsi anda? Bagaimana bisa terjadi?
4. Apakah anda sering membeli produk karena promosi tanpa pertimbangan atas dasar kebutuhan?



Lampiran 2.2 Hasil Wawancara Mahasiswa UIN SAIZU

HASIL WAWANCARA

Responden 1, SA-PGSD

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda pengguna layanan transaksi non-tunai? Seberapa sering anda menggunakannya	<i>Iya mba, sering pakai QRIS karena kan banyak UMKM yang pasang scan qris, jadi simpel mba. Untuk intensitasnya si hampir tiap hari ada transaksi pakai QRIS. Kecuali kalau belanja bulanan seringnya ke RSM jadi pakai kartu debit.</i>
2	Jenis e-money apa yang sering anda pakai, sebarapa sering anda gunakan?	<i>Untuk e-money aku pakai shopeepay sama gopay mba, karena kalau belanja online seringnya di shopee terus kalau pergi ke kampus atau kemana-mana seringnya pakai gojek jadi yang sering aku gunakan itu shopeepay dan gopay.</i>
3	Menurut anda apakah adanya e-money dan transaksi non-tunai mempengaruhi pola konsumsi anda? Bagaimana bisa terjadi?	<i>Kalau aku pribadi merasa iya mba, kadang tu sering checkout tanpa sadar tiba-tiba udah payment, pernah seminggu aku checkout sampe 500.000 mba, padahal itu barang yang gak penting amat tapi sering khilaf. Kalau bagaimana mempengaruhinya mungkin karena aku gak merasa uang aku yang didompet berkurang ya mba, tau-tau saldo ludes.</i>
4	Apakah anda sering membeli produk karena promosi tanpa pertimbangan atas dasar kebutuhan?	<i>Aku kan cewek y amba, jelas sering kejadian begini. Soalnya gimana y amba, kadang lihat barang lucu kaya ni aku harus punya gak si. Terus kadang kalap kalo beli skincare, cewek kan gak cukup 1 lipcream ya kak, kaya warn aini bagus deh, eh nanti beli lagi warn aitu tapi beda merk gitu gegara ada promo atau rekomendasi siapa gitu.</i>

Lampiran 2.3 Hasil Wawancara Mahasiswa UNSOED

HASIL WAWANCARA

Responden 2, Sasa, Caca, Nana-Sastra Indonesia

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda pengguna layanan transaksi non-tunai? Seberapa sering anda menggunakannya	<i>Mobile banking kak seringnya, buat Tf, QRIS jajan atau ngegrab. Sering enggakya mungkin tiap minggu ada kak transaksi non-tunai, karena sekarang kaya bawa cash buat jaga-jaga ada tukang parkir gitu. Kalau butuh tunai juga seringnya nanti tf ke temen, nanti temen aku ngasih cash gitu ke aku. Yang pasti tiap minggu ada lah pake non-tunai</i>
2	Jenis e-money apa yang sering anda pakai, seberapa sering anda gunakan?	<i>Kalau e-money aku pakainya shopeepay sama dana kak. Karena dana kan ada fitur transfer gratis jadi lumayan buat muter uang biar gak kena admin, kan tadi aku udah bilang seringnya narik uang di temen, jadi aku tf nya lewat dana gitu. Kalo shopeepay kadang buat shopeefood si, kalau belanja di shopee juga seringnya pas event tanggal kembar doang.</i>
3	Menurut anda apakah adanya e-money dan transaksi non-tunai mempengaruhi pola konsumsi anda? Bagaimana bisa terjadi?	<i>Fifty-fifty kak, aku emang rada boros anaknya jadi mau cash atau non-cash selama ada uang dan aku pengen sesuatu ya aku beli kak. Cuma kadang aku gak sadar lo kak tiba-tiba saldoku sisa dikit padahal belanja murah, tapi ternyata banyak gitu. Ya berarti berpengaruh juga di aku.</i>
4	Apakah anda sering membeli produk karena promosi tanpa pertimbangan atas dasar kebutuhan?	<i>Balik lagi kak, karena emang dasarnya aku boros dan emang gampang banget dipengaruhi, aku sering beli barang yang gak kepake. Sampai kadang barang numpuk dikos. Cewek kan suka diskonan ya kak, seringnya buat beli baju kak, jadi banyak baju gak kepake di lemari.</i>

Lampiran 2.4 Hasil Wawancara Mahasiswa UMP

HASIL WAWANCARA

Responden 3, N-Farmasi

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda pengguna layanan transaksi non-tunai? Seberapa sering anda menggunakannya	<i>QRIS ya kak, karena sekarang semua kan pakai QRIS. Jadi setiap hari pasti ada transaksi non-tunai. Seringnya pakai QRIS mobile banking sama QRIS shopeepay kak, hampir setiap hari pakai kak.</i>
2	Jenis e-money apa yang sering anda pakai, seberapa sering anda gunakan?	<i>e-money nya pakai shopeepay sama Dana kak. Untuk penggunaannya sering sih keitungnya. Setiap minggu pasti pakai, entah buat transfer, paket data atau makan.</i>
3	Menurut anda apakah adanya e-money dan transaksi non-tunai mempengaruhi pola konsumsi anda? Bagaimana bisa terjadi?	<i>Ngaruh banget kakk, karena apay a sekarang kan semua serba online. Jadi kita cari yang mudah bayar online juga gitu. Kadang kalau pake belanja pake saldo tu tidak merasa berkurang uangnya kak, karena yang berkurang kan saldonya. Jadi kaya kena hipnotis belanja terus, tapi uang didompet tetap utuh. Padahal yang berkurang saldonya.</i>
4	Apakah anda sering membeli produk karena promosi tanpa pertimbangan atas dasar kebutuhan?	<i>Tiap bulan kak, setiap tanggal kembar pasti aku begadang buat beli barang. Incarannya Cuma satu dua barang, tapi tiap scroll tu kadang ada live shopee kan ikutan CO juga. Padahal bukan barang yang urgent banget atau butuh banget gitu. Karena ada potongan vocer sama gratis ongkir aja jadi tiba-tiba beli.</i>

Lampiran 3 Identitas Responden

No Responden	Usia	Jenis Kelamin	Asal Universitas	JurusanProgram Studi
1	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
2	21	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
3	21	Laki -Laki	UNSOED	Sastra Indonesia
4	22	Laki -Laki	UNSOED	ilmu gizi
5	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
6	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
7	21	Perempuan	UMP	PGSD
8	21	Perempuan	UMP	Komunikasi
9	21	Perempuan	UMP	PJKR
10	20	Perempuan	UMP	Keperawatan
11	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
12	18	Perempuan	UNSOED	Manajemen
13	20	Perempuan	UNSOED	Peternakan
14	19	Perempuan	UNSOED	Biologi
15	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
16	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
17	18	Laki -Laki	UNSOED	manajemen
18	21	Perempuan	UNSOED	manajemen
19	20	Perempuan	UNSOED	Informatika
20	19	Perempuan	UNSOED	akuntansi
21	21	Perempuan	UNSOED	keperawatan
22	20	Laki -Laki	UNSOED	Perencanaan sumberdaya lahan
23	20	Perempuan	UNSOED	Administrasi Perkantoran
24	20	Perempuan	UNSOED	Farmasi
25	18	Perempuan	UNSOED	Biologi
26	20	Perempuan	UNSOED	Teknik pertanian
27	22	Perempuan	UNSOED	Administrasi bisnis
28	21	Perempuan	UNSOED	Peternakan
29	18	Perempuan	UNSOED	Biologi
30	21	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
31	18	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
32	22	Perempuan	UMP	Pai
33	23	Perempuan	UMP	PGSD
34	21	Perempuan	UMP	Hukum
35	23	Perempuan	UMP	Manajemen bisnis
36	23	Perempuan	UMP	Hukum
37	21	Laki -Laki	UMP	KPI
38	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah

39	21	Perempuan	UNSOED	farmasi
40	21	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
41	18	Laki -Laki	UNSOED	Teknik Geologi
42	21	Laki -Laki	UNSOED	Informatika
43	19	Laki -Laki	UNSOED	Manajemen
44	21	Perempuan	UNSOED	Biologi
45	18	Laki -Laki	UNSOED	Teknik Geologi
46	21	Perempuan	UMP	PGSD
47	22	Perempuan	UMP	PGSD
48	21	Laki -Laki	UNSOED	Ilmu Politik
49	18	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
50	18	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
51	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
52	21	Perempuan	UNSOED	Hubungan Internasional
53	19	Laki -Laki	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
54	20	Laki -Laki	UNSOED	Informatika
55	18	Laki -Laki	UIN SAIZU	IAT
56	22	Laki -Laki	UNSOED	akuntansi
57	21	Laki -Laki	UIN SAIZU	HTN
58	21	Perempuan	UMP	Manajemen bisnis
59	22	Perempuan	UNSOED	Farmasi
60	20	Perempuan	UMP	Akuntansi
61	21	Perempuan	UMP	PPKN
62	20	Perempuan	UMP	Kebidanan
63	19	Perempuan	UMP	Manajemen bisnis
64	21	Laki -Laki	UMP	Sastra Inggris
65	21	Perempuan	UNSOED	Ilmu Politik
66	20	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
67	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
68	22	Laki -Laki	UNSOED	Teknik Geologi
69	18	Perempuan	UNSOED	Administrasi bisnis
70	22	Perempuan	UIN SAIZU	Pai
71	19	Perempuan	UMP	PPKN
72	18	Perempuan	UNSOED	Ilmu Gizi
73	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
74	20	Perempuan	UNSOED	Keperawatan
75	19	Perempuan	UNSOED	Teknik Pertanian
76	21	Perempuan	UMP	Keperawatan
77	22	Perempuan	UMP	PPKN
78	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
79	20	Laki -Laki	UNSOED	Hukum

80	22	Perempuan	UNSOED	keperawatan
81	21	Perempuan	UIN SAIZU	PIAUD
82	19	Laki -Laki	UIN SAIZU	Pba
83	21	Perempuan	UIN SAIZU	manajemen zakat dan wakaf
84	21	Perempuan	UNSOED	Farmasi
85	22	Perempuan	UMP	PPKN
86	23	Laki -Laki	UMP	PJKR
87	21	Laki -Laki	UMP	PGSD
88	22	Perempuan	UMP	Komunikasi
89	21	Perempuan	UMP	PJKR
90	21	Laki -Laki	UNSOED	Informatika
91	20	Perempuan	UNSOED	akuntansi
92	20	Perempuan	UNSOED	keperawatan
93	20	Laki -Laki	UNSOED	Fisika
94	18	Perempuan	UNSOED	Perencanaan sumberdaya lahan
95	20	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
96	21	Perempuan	UMP	HES
97	19	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
98	23	Perempuan	UMP	Kebidanan
99	20	Perempuan	UNSOED	Biologi
100	18	Perempuan	UNSOED	Administrasi Perkantoran
101	20	Perempuan	UMP	PGSD
102	21	Perempuan	UMP	Komunikasi
103	21	Perempuan	UMP	PJKR
104	17	Laki -Laki	UNSOED	Teknik pertanian
105	18	Perempuan	UNSOED	Teknologi Pangan
106	18	Perempuan	UNSOED	Sastra Inggris
107	21	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
108	21	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
109	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
110	20	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
111	21	Perempuan	UMP	Keperawatan
112	21	Perempuan	UNSOED	Kedokteran
113	22	Perempuan	UMP	agribisnis
114	19	Perempuan	UNSOED	Kesehatan Masyarakat
115	19	Perempuan	UNSOED	Ilmu Gizi
116	20	Perempuan	UNSOED	Ilmu Politik
117	21	Perempuan	UMP	Keperawatan
118	19	Perempuan	UNSOED	Administrasi bisnis
119	20	Laki -Laki	UNSOED	Teknik Pertanian
120	19	Perempuan	UNSOED	Ilmu Gizi

121	20	Laki -Laki	UNSOED	Sastra Inggris
122	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
123	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
124	21	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
125	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
126	19	Perempuan	UNSOED	Hukum
127	21	Perempuan	UIN SAIZU	HKI
128	20	Perempuan	UNSOED	keperawatan
129	20	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
130	21	Perempuan	UNSOED	Peternakan
131	18	Perempuan	UMP	PGSD
132	21	Perempuan	UMP	Komunikasi
133	19	Perempuan	UMP	PJKR
134	18	Laki -Laki	UNSOED	manajemen
135	19	Perempuan	UNSOED	Manajemen
136	22	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
137	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
138	20	Laki -Laki	UNSOED	Akuntansi
139	19	Perempuan	UNSOED	PJKR
140	20	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
141	22	Perempuan	UNSOED	Manajemen
142	22	Perempuan	UNSOED	Hubungan Internasional
143	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	HTN
144	23	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
145	22	Laki -Laki	UMP	Teknik Elektro
146	21	Laki -Laki	UMP	Hukum
147	18	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
148	22	Perempuan	UNSOED	Teknologi Pangan
149	20	Perempuan	UNSOED	Administrasi Publik
150	19	Perempuan	UNSOED	Pendidikan Bahasa Indonesia
151	20	Perempuan	UMP	Akuntansi
152	20	Perempuan	UMP	Farmasi
153	21	Perempuan	UMP	Sastra Inggris
154	19	Laki -Laki	UMP	Kedokteran
155	24	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
156	23	Laki -Laki	UMP	PGSD
157	25	Laki -Laki	UNSOED	Sosiologi
158	19	Perempuan	UNSOED	Matematika
159	21	Perempuan	UMP	Marketing management
160	21	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
161	21	Perempuan	UIN SAIZU	HES

162	20	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
163	19	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
164	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
165	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
166	21	Perempuan	UIN SAIZU	HES
167	21	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
168	21	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
169	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
170	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
171	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
172	23	Laki -Laki	UNSOED	Kedokteran
173	20	Perempuan	UIN SAIZU	KPI
174	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
175	20	Perempuan	UNSOED	IESP
176	21	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
177	22	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
178	22	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
179	22	Perempuan	UMP	Akuntansi
180	18	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
181	21	Perempuan	UMP	Farmasi
182	21	Laki -Laki	UMP	Sastra Inggris
183	21	Perempuan	UMP	Kedokteran
184	21	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
185	21	Perempuan	UIN SAIZU	HES
186	21	Laki -Laki	UMP	PGSD
187	22	Laki -Laki	UMP	Matematika
188	20	Perempuan	UMP	Manajemen bisnis
189	22	Laki -Laki	UMP	PGSD
190	22	Laki -Laki	UNSOED	Ilmu Lingkungan
191	22	Laki -Laki	UMP	Komunikasi
192	22	Perempuan	UMP	PJKR
193	21	Perempuan	UMP	Perbankan Syariah
194	22	Laki -Laki	UMP	Bahasa Indonesia
195	23	Laki -Laki	UMP	PPKN
196	21	Perempuan	UMP	Kebidanan
197	23	Perempuan	UMP	Keperawatan
198	22	Laki -Laki	UMP	Pai
199	21	Laki -Laki	UNSOED	ilmu kelautan
200	20	Perempuan	UNSOED	Peternakan
201	20	Laki -Laki	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
202	20	Laki -Laki	UNSOED	Bisnis Digital

203	21	Perempuan	UMP	Pai
204	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
205	20	Laki -Laki	UNSOED	Pertanian
206	21	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
207	20	Perempuan	UNSOED	Informatika
208	21	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
209	20	Perempuan	UMP	PGSD
210	21	Perempuan	UMP	Komunikasi
211	20	Perempuan	UMP	PJKR
212	20	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
213	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
214	21	Perempuan	UNSOED	hukum
215	22	Laki -Laki	UMP	Hukum
216	20	Perempuan	UNSOED	agribisnis
217	19	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
218	20	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
219	23	Perempuan	UMP	Manajemen bisnis
220	19	Perempuan	UNSOED	Biologi
221	20	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
222	22	Perempuan	UNSOED	Hukum
223	22	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
224	21	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
225	22	Laki -Laki	UMP	Hukum
226	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	HKI
227	22	Perempuan	UMP	Hukum
228	21	Perempuan	UIN SAIZU	HTN
229	22	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
230	20	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
231	22	Perempuan	UIN SAIZU	HES
232	19	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
233	23	Perempuan	UNSOED	Hukum
234	22	Laki -Laki	UMP	Hukum
235	23	Perempuan	UMP	Pai
236	22	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
237	23	Perempuan	UNSOED	Sastra Indonesia
238	22	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
239	21	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
240	23	Laki -Laki	UMP	Keperawatan
241	21	Perempuan	UMP	PJKR
242	21	Laki -Laki	UMP	Ekonomi
243	22	Perempuan	UNSOED	Hukum

244	20	Perempuan	UMP	Kebidanan
245	20	Laki -Laki	UMP	Manajemen bisnis
246	21	Laki -Laki	UNSOED	Pertanian
247	20	Perempuan	UMP	Pai
248	22	Perempuan	UNSOED	Peternakan
249	20	Laki -Laki	UNSOED	Ilmu Lingkungan
250	23	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
251	20	Perempuan	UMP	agribisnis
252	23	Laki -Laki	UMP	Teknik Elektro
253	22	Laki -Laki	UMP	Hukum
254	20	Perempuan	UMP	Farmasi
255	20	Laki -Laki	UMP	Farmasi
256	23	Perempuan	UNSOED	Peternakan
257	20	Laki -Laki	UMP	Sastra Inggris
258	18	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
259	22	Perempuan	UMP	Kedokteran
260	20	Laki -Laki	UNSOED	Pertanian
261	20	Perempuan	UMP	Kedokteran
262	22	Perempuan	UMP	agribisnis
263	21	Laki -Laki	UMP	Akuntansi
264	20	Perempuan	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
265	20	Laki -Laki	UNSOED	Pertanian
266	22	Perempuan	UNSOED	Peternakan
267	25	Laki -Laki	UNSOED	Peternakan
268	20	Laki -Laki	UNSOED	Ilmu Lingkungan
269	23	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
270	22	Laki -Laki	UNSOED	Hukum
271	18	Perempuan	UMP	Kedokteran
272	19	Perempuan	UNSOED	Manajemen
273	17	Perempuan	UIN SAIZU	PAI
274	23	Laki -Laki	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
275	20	Laki -Laki	UNSOED	Biologi
276	17	Laki -Laki	UMP	farmasi
277	17	Laki -Laki	UNSOED	Fisika
278	21	Perempuan	UNSOED	Hukum
279	19	Perempuan	UMP	keperawatan
280	18	Laki -Laki	UMP	hukum
281	21	Perempuan	UIN SAIZU	HTN
282	18	Perempuan	UNSOED	Hukum
283	17	Laki -Laki	UMP	pai
284	17	Laki -Laki	UNSOED	farmasi

285	21	Laki -Laki	UMP	pai
286	19	Laki -Laki	UMP	keperawatan
287	17	Perempuan	UMP	agribisnis
288	19	Perempuan	UIN SAIZU	HKI
289	17	Perempuan	UNSOED	Ilmu Politik
290	20	Perempuan	UNSOED	Manajemen
291	21	Laki -Laki	UIN SAIZU	Hubungan Internasional
292	17	Laki -Laki	UNSOED	Akuntansi
293	18	Laki -Laki	UMP	Teknologi Pangan
294	19	Laki -Laki	UMP	Administrasi Publik
295	18	Perempuan	UNSOED	Pendidikan Bahasa Indonesia
296	20	Perempuan	UNSOED	Hukum
297	21	Perempuan	UIN SAIZU	Sosiologi
298	21	Perempuan	UIN SAIZU	Matematika
299	17	Perempuan	UIN SAIZU	Akuntansi
300	17	Laki -Laki	UNSOED	Kedokteran
301	19	Laki -Laki	UNSOED	IESP
302	19	Perempuan	UNSOED	Hukum
303	17	Perempuan	UNSOED	farmasi
304	19	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
305	17	Perempuan	UNSOED	Akuntansi
306	22	Laki -Laki	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah
307	18	Laki -Laki	UNSOED	Akuntansi
308	18	Laki -Laki	UNSOED	Ilmu Gizi
309	17	Laki -Laki	UMP	pai
310	17	Perempuan	UNSOED	Ilmu Gizi
311	19	Laki -Laki	UMP	PPKN
312	21	Laki -Laki	UNSOED	Keperawatan
313	18	Laki -Laki	UMP	PPKN
314	21	Laki -Laki	UMP	PPKN
315	18	Perempuan	UMP	PJKR
316	19	Perempuan	UNSOED	PGSD
317	17	Perempuan	UNSOED	Komunikasi
318	17	Perempuan	UNSOED	PJKR
319	19	Perempuan	UIN SAIZU	HES
320	18	Perempuan	UIN SAIZU	Kebidanan
321	21	Perempuan	UIN SAIZU	PIAUD
322	18	Perempuan	UIN SAIZU	HTN
323	17	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
324	19	Perempuan	UNSOED	Kesehatan Masyarakat
325	18	Perempuan	UMP	Pai

326	19	Perempuan	UNSOED	Kedokteran
327	17	Perempuan	UNSOED	Biologi
328	17	Perempuan	UMP	PGSD
329	19	Perempuan	UNSOED	Fisika
330	18	Perempuan	UMP	PGSD
331	19	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
332	18	Perempuan	UMP	pai
333	19	Perempuan	UNSOED	Peternakan
334	18	Perempuan	UNSOED	farmasi
335	19	Perempuan	UMP	PJKR
336	17	Perempuan	UMP	agribisnis
337	24	Perempuan	UMP	agribisnis
338	19	Perempuan	UNSOED	akuntansi
339	19	Laki -Laki	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
340	17	Perempuan	UIN SAIZU	Perbankan Syariah
341	19	Perempuan	UNSOED	Ilmu Gizi
342	18	Perempuan	UIN SAIZU	IAT
343	21	Laki -Laki	UMP	keperawatan
344	24	Perempuan	UNSOED	sastra inggris
345	17	Laki -Laki	UIN SAIZU	IAT
346	18	Perempuan	UMP	farmasi

No Responden	Status Penggunaan <i>E-money</i>	Status Penggunaan Transaksi Non-tunai
1	Iya	Iya
2	Iya	Iya
3	Iya	Iya
4	Iya	Iya
5	Iya	Iya
6	Iya	Iya
7	Iya	Iya
8	Iya	Iya
9	Iya	Iya
10	Iya	Iya
11	Iya	Iya
12	Iya	Iya
13	Iya	Iya
14	Iya	Iya
15	Iya	Iya
16	Iya	Iya
17	Iya	Iya
18	Iya	Iya
19	Iya	Iya
20	Iya	Iya
21	Iya	Iya
22	Iya	Iya
23	Iya	Iya
24	Iya	Iya
25	Iya	Iya
26	Iya	Iya
27	Iya	Iya
28	Iya	Iya
29	Iya	Iya
30	Iya	Iya
31	Iya	Iya
32	Iya	Iya
33	Iya	Iya
34	Iya	Iya
35	Iya	Iya
36	Iya	Iya
37	Iya	Iya
38	Iya	Iya
39	Iya	Iya

40	Iya	Iya
41	Iya	Iya
42	Iya	Iya
43	Iya	Iya
44	Iya	Iya
45	Iya	Iya
46	Iya	Iya
47	Iya	Iya
48	Iya	Iya
49	Iya	Iya
50	Iya	Iya
51	Iya	Iya
52	Iya	Iya
53	Iya	Iya
54	Iya	Iya
55	Iya	Iya
56	Iya	Iya
57	Iya	Iya
58	Iya	Iya
59	Iya	Iya
60	Iya	Iya
61	Iya	Iya
62	Iya	Iya
63	Iya	Iya
64	Iya	Iya
65	Iya	Iya
66	Iya	Iya
67	Iya	Iya
68	Iya	Iya
69	Iya	Iya
70	Iya	Iya
71	Iya	Iya
72	Iya	Iya
73	Iya	Iya
74	Iya	Iya
75	Iya	Iya
76	Iya	Iya
77	Iya	Iya
78	Iya	Iya
79	Iya	Iya
80	Iya	Iya

81	Iya	Iya
82	Iya	Iya
83	Iya	Iya
84	Iya	Iya
85	Iya	Iya
86	Iya	Iya
87	Iya	Iya
88	Iya	Iya
89	Iya	Iya
90	Iya	Iya
91	Iya	Iya
92	Iya	Iya
93	Iya	Iya
94	Iya	Iya
95	Iya	Iya
96	Iya	Iya
97	Iya	Iya
98	Iya	Iya
99	Iya	Iya
100	Iya	Iya
101	Iya	Iya
102	Iya	Iya
103	Iya	Iya
104	Iya	Iya
105	Iya	Iya
106	Iya	Iya
107	Iya	Iya
108	Iya	Iya
109	Iya	Iya
110	Iya	Iya
111	Iya	Iya
112	Iya	Iya
113	Iya	Iya
114	Iya	Iya
115	Iya	Iya
116	Iya	Iya
117	Iya	Iya
118	Iya	Iya
119	Iya	Iya
120	Iya	Iya
121	Iya	Iya

122	Iya	Iya
123	Iya	Iya
124	Iya	Iya
125	Iya	Iya
126	Iya	Iya
127	Iya	Iya
128	Iya	Iya
129	Iya	Iya
130	Iya	Iya
131	Iya	Iya
132	Iya	Iya
133	Iya	Iya
134	Iya	Iya
135	Iya	Iya
136	Iya	Iya
137	Iya	Iya
138	Iya	Iya
139	Iya	Iya
140	Iya	Iya
141	Iya	Iya
142	Iya	Iya
143	Iya	Iya
144	Iya	Iya
145	Iya	Iya
146	Iya	Iya
147	Iya	Iya
148	Iya	Iya
149	Iya	Iya
150	Iya	Iya
151	Iya	Iya
152	Iya	Iya
153	Iya	Iya
154	Iya	Iya
155	Iya	Iya
156	Iya	Iya
157	Iya	Iya
158	Iya	Iya
159	Iya	Iya
160	Iya	Iya
161	Iya	Iya
162	Iya	Iya

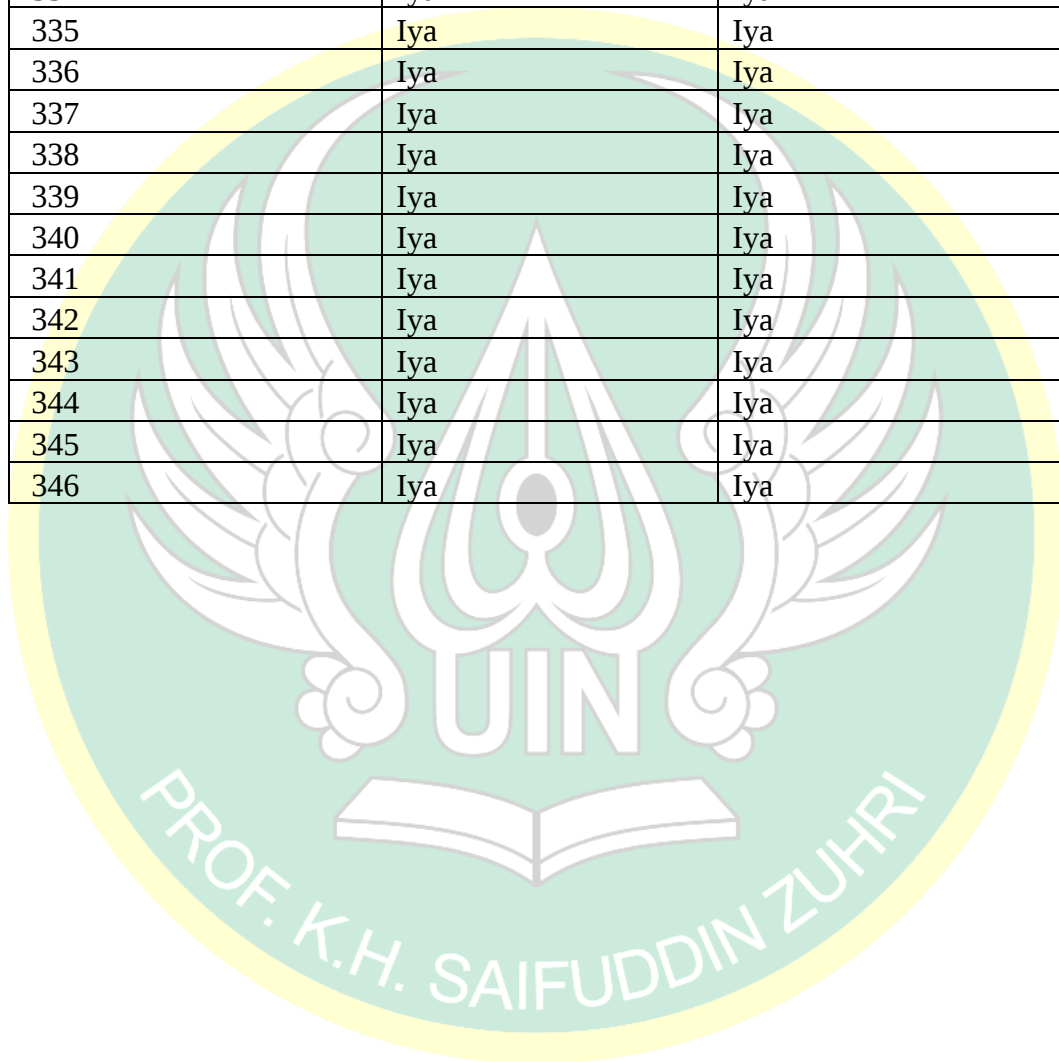
163	Iya	Iya
164	Iya	Iya
165	Iya	Iya
166	Iya	Iya
167	Iya	Iya
168	Iya	Iya
169	Iya	Iya
170	Iya	Iya
171	Iya	Iya
172	Iya	Iya
173	Iya	Iya
174	Iya	Iya
175	Iya	Iya
176	Iya	Iya
177	Iya	Iya
178	Iya	Iya
179	Iya	Iya
180	Iya	Iya
181	Iya	Iya
182	Iya	Iya
183	Iya	Iya
184	Iya	Iya
185	Iya	Iya
186	Iya	Iya
187	Iya	Iya
188	Iya	Iya
189	Iya	Iya
190	Iya	Iya
191	Iya	Iya
192	Iya	Iya
193	Iya	Iya
194	Iya	Iya
195	Iya	Iya
196	Iya	Iya
197	Iya	Iya
198	Iya	Iya
199	Iya	Iya
200	Iya	Iya
201	Iya	Iya
202	Iya	Iya
203	Iya	Iya

204	Iya	Iya
205	Iya	Iya
206	Iya	Iya
207	Iya	Iya
208	Iya	Iya
209	Iya	Iya
210	Iya	Iya
211	Iya	Iya
212	Iya	Iya
213	Iya	Iya
214	Iya	Iya
215	Iya	Iya
216	Iya	Iya
217	Iya	Iya
218	Iya	Iya
219	Iya	Iya
220	Iya	Iya
221	Iya	Iya
222	Iya	Iya
223	Iya	Iya
224	Iya	Iya
225	Iya	Iya
226	Iya	Iya
227	Iya	Iya
228	Iya	Iya
229	Iya	Iya
230	Iya	Iya
231	Iya	Iya
232	Iya	Iya
233	Iya	Iya
234	Iya	Iya
235	Iya	Iya
236	Iya	Iya
237	Iya	Iya
238	Iya	Iya
239	Iya	Iya
240	Iya	Iya
241	Iya	Iya
242	Iya	Iya
243	Iya	Iya
244	Iya	Iya

245	Iya	Iya
246	Iya	Iya
247	Iya	Iya
248	Iya	Iya
249	Iya	Iya
250	Iya	Iya
251	Iya	Iya
252	Iya	Iya
253	Iya	Iya
254	Iya	Iya
255	Iya	Iya
256	Iya	Iya
257	Iya	Iya
258	Iya	Iya
259	Iya	Iya
260	Iya	Iya
261	Iya	Iya
262	Iya	Iya
263	Iya	Iya
264	Iya	Iya
265	Iya	Iya
266	Iya	Iya
267	Iya	Iya
268	Iya	Iya
269	Iya	Iya
270	Iya	Iya
271	Iya	Iya
272	Iya	Iya
273	Iya	Iya
274	Iya	Iya
275	Iya	Iya
276	Iya	Iya
277	Iya	Iya
278	Iya	Iya
279	Iya	Iya
280	Iya	Iya
281	Iya	Iya
282	Iya	Iya
283	Iya	Iya
284	Iya	Iya
285	Iya	Iya

286	Iya	Iya
287	Iya	Iya
288	Iya	Iya
289	Iya	Iya
290	Iya	Iya
291	Iya	Iya
292	Iya	Iya
293	Iya	Iya
294	Iya	Iya
295	Iya	Iya
296	Iya	Iya
297	Iya	Iya
298	Iya	Iya
299	Iya	Iya
300	Iya	Iya
301	Iya	Iya
302	Iya	Iya
303	Iya	Iya
304	Iya	Iya
305	Iya	Iya
306	Iya	Iya
307	Iya	Iya
308	Iya	Iya
309	Iya	Iya
310	Iya	Iya
311	Iya	Iya
312	Iya	Iya
313	Iya	Iya
314	Iya	Iya
315	Iya	Iya
316	Iya	Iya
317	Iya	Iya
318	Iya	Iya
319	Iya	Iya
320	Iya	Iya
321	Iya	Iya
322	Iya	Iya
323	Iya	Iya
324	Iya	Iya
325	Iya	Iya
326	Iya	Iya

327	Iya	Iya
328	Iya	Iya
329	Iya	Iya
330	Iya	Iya
331	Iya	Iya
332	Iya	Iya
333	Iya	Iya
334	Iya	Iya
335	Iya	Iya
336	Iya	Iya
337	Iya	Iya
338	Iya	Iya
339	Iya	Iya
340	Iya	Iya
341	Iya	Iya
342	Iya	Iya
343	Iya	Iya
344	Iya	Iya
345	Iya	Iya
346	Iya	Iya



Lampiran 4 Data Penelitian

Mahasiswa di Purwokerto

Tabulasi Data

Lampiran 4.1 Hasil Tabulasi E-money (X1)

No. responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	5	5	4	26
7	1	2	1	1	1	1	7
8	5	5	2	2	2	2	18
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	4	4	5	5	5	28
11	4	5	4	4	4	3	24
12	5	4	4	4	4	4	25
13	4	4	4	4	5	5	26
14	4	5	4	4	5	5	27
15	5	5	4	5	4	4	27
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	4	4	2	2	2	17
18	3	5	5	5	5	5	28
19	5	3	4	5	4	4	25
20	1	1	1	1	1	5	10
21	5	5	5	5	5	4	29
22	4	4	4	4	3	4	23
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	4	3	4	4	25
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	4	4	4	5	5	27
27	5	4	5	4	5	5	28
28	4	3	4	4	5	4	24
29	4	3	4	4	4	4	23
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	5	4	4	4	25
33	5	5	5	5	5	5	30

34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	5	5	5	5	29
36	5	4	5	5	5	5	29
37	5	5	5	4	5	5	29
38	5	5	4	5	5	5	29
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	2	2	3	2	4	2	15
42	4	4	4	4	4	3	23
43	4	4	4	4	3	3	22
44	4	5	4	4	4	3	24
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	3	4	4	4	23
47	5	4	5	5	4	4	27
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	3	4	4	3	4	22
50	5	4	4	4	5	4	26
51	4	5	4	4	5	4	26
52	1	1	1	1	1	1	6
53	4	4	3	3	4	4	22
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	5	5	5	5	3	28
57	1	1	1	1	1	1	6
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	4	4	4	5	5	27
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	3	4	5	4	5	26
64	4	5	4	4	5	4	26
65	4	5	5	5	4	5	28
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	5	4	29
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	4	3	5	5	3	25
72	5	4	5	2	5	4	25
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30

75	5	5	4	4	4	4	26
76	3	3	4	3	4	3	20
77	4	4	5	4	3	3	23
78	5	4	4	4	5	5	27
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	4	3	4	3	3	22
81	5	4	5	4	5	5	28
82	2	4	4	2	4	3	19
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	3	2	3	3	4	19
85	5	3	5	5	5	5	28
86	4	5	5	5	5	4	28
87	3	4	3	4	4	4	22
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	3	28
91	4	3	4	5	4	4	24
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	5	5	5	5	3	27
95	5	4	5	5	5	4	28
96	5	5	5	4	4	4	27
97	5	5	4	5	5	4	28
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	5	5	4	4	4	27
100	5	5	5	4	4	4	27
101	5	4	4	4	5	5	27
102	5	5	4	5	5	5	29
103	5	5	4	5	5	4	28
104	3	3	5	5	4	3	23
105	5	5	4	4	5	5	28
106	4	4	4	4	4	3	23
107	4	4	4	4	4	4	24
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	3	4	4	4	3	22
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	4	4	5	4	4	26
112	5	5	5	5	5	5	30
113	2	1	2	1	3	3	12
114	5	4	5	5	4	4	27
115	5	3	3	3	4	4	22

116	4	3	3	4	3	3	20
117	5	5	5	5	5	5	30
118	5	5	5	5	3	3	26
119	5	5	5	5	5	5	30
120	5	5	5	5	5	5	30
121	4	5	5	5	5	5	29
122	5	4	4	4	5	4	26
123	4	5	4	5	4	4	26
124	4	4	4	5	4	4	25
125	5	5	5	4	4	4	27
126	5	5	5	5	4	5	29
127	3	3	3	3	3	3	18
128	5	4	4	5	4	4	26
129	5	5	5	5	5	5	30
130	4	5	3	4	4	4	24
131	5	5	4	4	5	5	28
132	4	5	4	5	5	5	28
133	5	5	5	5	5	5	30
134	1	1	1	1	1	1	6
135	1	2	2	2	2	2	11
136	4	5	4	4	5	4	26
137	5	5	5	5	4	5	29
138	5	5	5	4	5	5	29
139	2	2	3	2	2	1	12
140	5	5	5	5	5	5	30
141	4	4	4	4	4	4	24
142	5	5	3	4	4	5	26
143	4	4	4	4	2	3	21
144	5	5	5	5	4	3	27
145	5	4	5	5	5	5	29
146	4	4	4	4	4	4	24
147	4	5	5	4	5	3	26
148	4	4	4	4	4	4	24
149	1	3	2	1	1	2	10
150	4	4	4	5	5	3	25
151	5	5	5	5	5	5	30
152	5	5	5	5	5	5	30
153	5	5	5	5	5	5	30
154	4	4	3	4	3	3	21
155	4	3	4	5	5	4	25
156	3	4	3	3	3	3	19

157	4	4	4	4	4	3	23
158	5	3	4	5	4	4	25
159	4	4	5	4	5	4	26
160	4	3	4	4	3	4	22
161	3	3	3	3	3	3	18
162	5	4	4	4	4	5	26
163	5	5	5	5	5	5	30
164	5	5	5	5	5	5	30
165	5	5	5	5	5	4	29
166	5	5	5	5	5	5	30
167	5	4	5	5	5	4	28
168	5	5	5	5	5	5	30
169	5	4	4	5	5	4	27
170	4	4	2	2	2	3	17
171	4	3	3	3	3	3	19
172	5	5	3	5	4	3	25
173	5	5	5	5	5	4	29
174	5	5	5	5	5	5	30
175	5	5	5	5	5	5	30
176	5	4	5	4	5	5	28
177	5	5	5	5	5	5	30
178	5	5	5	5	5	5	30
179	5	5	5	5	5	5	30
180	5	3	4	4	5	4	25
181	4	3	4	4	5	4	24
182	5	5	5	5	5	5	30
183	5	3	1	1	5	2	17
184	4	5	5	5	5	5	29
185	4	5	4	5	3	3	24
186	4	4	4	5	5	4	26
187	4	4	3	4	4	4	23
188	4	4	5	5	5	5	28
189	4	5	4	4	4	5	26
190	4	4	4	5	5	5	27
191	4	5	5	4	4	4	26
192	4	5	5	4	4	4	26
193	3	4	4	4	4	5	24
194	5	4	4	4	4	5	26
195	4	5	4	4	5	4	26
196	4	5	4	4	5	4	26
197	4	5	4	4	5	4	26

198	5	5	5	3	4	4	26
199	3	4	5	3	4	5	24
200	4	4	4	5	5	5	27
201	4	3	5	4	3	4	23
202	3	4	5	3	4	5	24
203	5	4	4	5	4	4	26
204	5	4	4	3	4	4	24
205	4	4	4	5	5	5	27
206	5	4	4	5	5	5	28
207	4	4	4	4	5	5	26
208	5	5	5	5	5	5	30
209	5	5	5	5	5	5	30
210	5	5	5	5	5	5	30
211	4	5	5	5	5	5	29
212	5	5	5	5	4	5	29
213	5	3	4	4	4	3	23
214	3	4	4	3	3	4	21
215	4	4	4	5	5	5	27
216	5	5	5	5	5	5	30
217	5	5	4	4	4	4	26
218	5	4	4	4	5	5	27
219	5	3	4	4	5	5	26
220	5	4	4	4	4	5	26
221	5	5	5	5	5	5	30
222	3	4	5	5	4	5	26
223	4	4	4	5	5	5	27
224	5	5	5	2	5	4	26
225	3	5	5	5	5	5	28
226	1	1	1	1	1	1	6
227	5	4	4	5	5	5	28
228	4	4	3	3	5	4	23
229	4	4	3	4	5	5	25
230	4	5	4	5	3	3	24
231	4	4	4	4	4	4	24
232	4	4	4	4	4	4	24
233	4	3	4	4	5	5	25
234	4	5	5	5	4	5	28
235	5	5	5	5	4	3	27
236	3	5	5	5	4	4	26
237	5	5	5	4	5	5	29
238	5	5	4	5	5	5	29

239	4	4	4	4	4	4	24
240	4	4	5	4	4	5	26
241	4	4	4	4	5	5	26
242	3	4	4	5	4	4	24
243	5	4	5	4	5	5	28
244	4	5	4	4	3	4	24
245	5	4	4	5	4	5	27
246	4	4	4	5	5	4	26
247	4	5	5	4	4	5	27
248	5	5	5	5	4	5	29
249	5	4	4	4	5	5	27
250	5	4	4	5	5	5	28
251	4	5	5	5	4	4	27
252	4	5	5	5	5	5	29
253	4	4	5	5	5	5	28
254	4	5	5	5	5	5	29
255	5	5	4	5	5	5	29
256	5	5	5	5	5	5	30
257	5	5	5	5	5	5	30
258	5	5	5	5	5	5	30
259	5	5	5	5	5	5	30
260	5	5	5	5	5	5	30
261	5	5	5	5	5	5	30
262	5	5	5	5	4	5	29
263	4	4	4	4	4	3	23
264	5	5	5	5	5	5	30
265	2	2	2	2	3	2	13
266	5	5	5	5	4	5	29
267	5	4	4	5	4	4	26
268	5	4	4	4	5	5	27
269	5	4	4	5	5	5	28
270	4	5	4	4	5	4	26
271	5	5	5	5	5	5	30
272	5	3	4	4	5	4	25
273	4	3	4	4	5	4	24
274	5	5	5	5	5	5	30
275	5	3	1	1	5	2	17
276	4	5	5	5	5	5	29
277	4	5	4	5	3	3	24
278	4	4	4	5	5	4	26
279	4	4	3	4	4	4	23

280	4	4	5	5	5	5	28
281	4	5	4	4	4	5	26
282	4	4	4	5	5	5	27
283	4	5	5	4	4	4	26
284	4	5	5	4	4	4	26
285	3	4	4	4	4	5	24
286	5	4	4	4	4	5	26
287	4	5	4	4	5	4	26
288	4	5	4	4	5	4	26
289	4	5	4	4	5	4	26
290	5	5	5	3	4	4	26
291	3	4	5	3	4	5	24
292	4	4	4	5	5	5	27
293	4	3	5	4	3	4	23
294	3	4	5	3	4	5	24
295	5	4	4	5	4	4	26
296	5	4	4	3	4	4	24
297	4	4	4	5	5	5	27
298	5	4	4	5	5	5	28
299	4	4	4	4	5	5	26
300	5	5	5	5	5	5	30
301	5	5	5	5	5	5	30
302	5	5	5	5	5	5	30
303	4	5	5	5	5	5	29
304	5	5	5	5	4	5	29
305	5	3	4	4	4	3	23
306	3	4	4	3	3	4	21
307	4	4	4	5	5	5	27
308	5	5	5	5	5	5	30
309	5	5	4	4	4	4	26
310	5	4	4	4	5	5	27
311	5	3	4	4	5	5	26
312	5	4	4	4	4	5	26
313	5	5	5	5	5	5	30
314	3	4	5	5	4	5	26
315	4	4	4	5	5	5	27
316	5	5	5	2	5	4	26
317	3	5	5	5	5	5	28
318	1	1	1	1	1	1	6
319	5	4	4	5	5	5	28
320	4	4	3	3	5	4	23

321	4	4	3	4	5	5	25
322	4	5	4	5	3	3	24
323	4	4	4	4	4	4	24
324	4	4	4	4	4	4	24
325	4	3	4	4	5	5	25
326	4	5	5	5	4	5	28
327	5	5	5	5	4	3	27
328	3	5	5	5	4	4	26
329	5	5	5	4	5	5	29
330	5	5	4	5	5	5	29
331	4	4	4	4	4	4	24
332	4	4	5	4	4	5	26
333	4	4	4	4	5	5	26
334	3	4	4	5	4	4	24
335	5	4	5	4	5	5	28
336	4	5	4	4	3	4	24
337	5	4	4	5	4	5	27
338	4	4	4	5	5	4	26
339	4	5	5	4	4	5	27
340	5	5	5	5	4	5	29
341	5	4	4	4	5	5	27
342	5	4	4	5	5	5	28
343	4	5	5	5	4	4	27
344	4	5	5	5	5	5	29
345	4	4	5	5	5	5	28
346	4	5	5	5	5	5	29

Lampiran 4.2 Hasil Tabulasi Transaksi Non-tunai (X2)

No. responden	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	TOTAL X2
1	5	5	4	5	5	5	5	5	39
2	5	4	4	4	3	3	4	4	31
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	3	5	3	3	4	5	33
5	5	5	3	5	3	3	5	3	32
6	5	4	4	4	3	3	4	4	31
7	3	1	1	1	1	1	1	1	10
8	5	5	5	3	3	3	3	2	29
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	4	5	5	4	5	5	38

11	4	4	3	4	4	3	4	4	30
12	3	2	3	2	3	4	3	3	23
13	3	3	2	2	2	3	5	5	25
14	5	3	4	5	3	3	4	3	30
15	5	5	4	4	4	4	4	4	34
16	4	4	4	4	3	4	4	4	31
17	2	2	1	3	3	3	3	3	20
18	5	5	3	3	5	3	5	3	32
19	4	4	3	5	4	4	4	4	32
20	1	3	1	1	1	5	3	1	16
21	5	5	4	5	5	4	5	5	38
22	3	2	1	1	4	1	4	2	18
23	5	4	5	5	5	4	5	5	38
24	5	4	4	3	4	3	5	4	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	4	5	5	5	5	5	4	38
27	5	5	4	5	5	4	5	5	38
28	4	4	4	5	3	4	4	4	32
29	4	3	4	3	3	3	4	4	28
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	5	33
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	4	5	5	4	4	5	5	37
36	5	5	4	5	4	4	4	4	35
37	4	4	4	5	4	5	3	4	33
38	5	5	4	5	5	5	5	5	39
39	5	5	5	5	5	3	5	5	38
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	3	4	2	5	2	1	4	2	23
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	3	4	3	3	4	4	3	4	28
44	4	4	4	4	3	4	5	3	31
45	5	4	5	4	4	3	4	4	33
46	5	4	3	4	2	2	3	3	26
47	5	5	4	4	4	3	4	4	33
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32

50	4	4	4	4	4	4	5	4	33
51	5	5	5	5	3	3	4	4	34
52	1	1	1	1	1	1	1	1	8
53	4	3	3	3	3	2	4	3	25
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	4	5	5	5	5	5	5	39
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	2	3	3	3	3	3	1	1	19
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	3	4	5	2	3	4	3	28
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	5	5	3	5	5	3	4	4	34
62	5	5	3	5	5	3	5	5	36
63	4	2	4	4	3	3	4	4	28
64	5	5	3	5	3	5	5	5	36
65	5	5	4	4	3	4	5	4	34
66	5	5	5	5	5	4	5	5	39
67	5	5	3	5	5	3	5	5	36
68	5	5	3	5	5	5	5	5	38
69	5	5	5	5	3	5	5	5	38
70	3	3	3	5	5	3	5	5	32
71	4	5	3	5	4	4	4	3	32
72	4	4	4	5	4	4	4	4	33
73	5	5	5	5	5	4	4	4	37
74	5	5	4	5	5	3	5	4	36
75	5	5	4	4	4	2	4	4	32
76	4	3	3	4	4	3	4	3	28
77	5	5	2	3	5	2	3	4	29
78	5	5	5	5	4	4	4	4	36
79	5	3	5	5	5	5	5	5	38
80	4	4	3	3	1	1	3	3	22
81	5	3	3	4	3	5	4	4	31
82	2	3	1	2	2	2	3	2	17
83	3	3	3	3	3	3	3	3	24
84	3	3	3	4	3	4	4	3	27
85	3	3	5	5	3	4	4	4	31
86	5	5	5	4	5	5	5	5	39
87	3	4	3	4	4	3	4	4	29
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32

89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	4	3	2	5	3	3	3	3	26
91	3	3	4	4	2	4	4	4	28
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	4	4	5	4	2	5	5	34
95	4	5	4	4	5	4	5	4	35
96	4	4	3	3	4	3	4	4	29
97	5	5	4	5	3	4	4	4	34
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	5	4	4	5	4	3	4	4	33
100	5	5	4	5	1	4	4	4	32
101	5	5	5	5	4	4	5	5	38
102	4	3	2	5	4	4	4	3	29
103	4	3	5	5	1	3	5	5	31
104	3	3	5	4	3	2	3	5	28
105	3	3	5	5	4	4	5	5	34
106	4	3	2	4	2	2	3	4	24
107	4	4	4	4	4	4	4	4	32
108	5	5	5	5	5	5	5	5	40
109	3	4	3	4	4	4	4	3	29
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
112	5	5	5	5	5	4	5	5	39
113	2	3	1	2	3	3	3	3	20
114	4	4	4	5	3	3	4	4	31
115	5	3	3	3	2	3	3	3	25
116	3	4	2	4	2	4	4	4	27
117	5	5	5	5	5	5	5	5	40
118	5	5	4	5	5	4	5	5	38
119	5	4	3	5	1	2	3	5	28
120	5	5	5	5	5	3	5	5	38
121	4	3	4	5	4	4	4	4	32
122	4	4	3	4	3	2	4	4	28
123	4	4	4	5	4	3	4	4	32
124	5	5	5	5	5	3	5	5	38
125	4	5	5	5	5	5	5	5	39
126	5	5	4	5	5	3	5	5	37
127	3	3	3	3	3	3	3	3	24

128	4	4	4	4	4	4	4	4	32
129	5	5	5	5	4	4	4	5	37
130	5	3	4	4	4	3	3	4	30
131	4	5	5	5	5	5	5	5	39
132	4	4	4	4	4	3	5	4	32
133	5	5	5	5	5	5	5	5	40
134	1	1	1	1	1	1	1	1	8
135	2	2	3	2	2	3	2	3	19
136	4	3	4	4	4	4	4	4	31
137	5	5	5	4	3	3	4	5	34
138	5	5	4	5	3	3	4	5	34
139	2	2	2	1	2	2	2	2	15
140	5	5	5	5	5	5	5	5	40
141	4	4	4	4	4	3	4	4	31
142	5	4	4	5	4	2	4	4	32
143	1	1	1	3	1	2	2	2	13
144	4	3	4	4	3	5	5	5	33
145	5	3	2	5	2	2	4	3	26
146	4	4	4	4	4	4	4	4	32
147	3	3	4	5	4	2	3	3	27
148	4	4	4	4	3	4	4	4	31
149	1	2	1	1	3	2	1	2	13
150	5	5	4	5	4	2	4	3	32
151	5	5	4	4	2	3	5	3	31
152	5	5	5	5	5	5	5	5	40
153	5	5	5	5	4	5	4	4	37
154	3	4	3	3	3	3	4	3	26
155	3	3	3	5	4	3	3	3	27
156	4	3	3	4	2	4	4	4	28
157	3	3	2	3	5	2	3	3	24
158	5	4	4	5	3	3	4	4	32
159	4	3	4	4	5	5	4	5	34
160	4	4	3	3	3	4	4	4	29
161	4	3	3	3	3	3	3	3	25
162	4	4	4	3	5	5	5	3	33
163	5	5	5	5	2	5	5	5	37
164	5	5	5	5	5	5	5	5	40
165	5	5	3	5	5	2	4	3	32
166	5	5	5	5	5	5	5	5	40

167	4	4	4	5	5	5	4	5	36
168	5	5	5	5	5	5	5	5	40
169	4	3	4	4	4	4	3	4	30
170	4	4	3	2	2	2	4	4	25
171	2	2	2	2	3	3	2	2	18
172	5	4	3	4	3	4	4	4	31
173	5	4	3	5	5	5	4	5	36
174	5	5	5	5	5	5	5	5	40
175	5	5	4	5	4	5	5	4	37
176	5	4	5	5	5	5	5	5	39
177	5	5	5	5	5	5	5	5	40
178	5	5	5	5	5	5	5	5	40
179	5	5	5	5	5	5	5	5	40
180	4	3	4	4	3	3	5	4	30
181	4	3	4	4	4	4	4	4	31
182	5	5	5	5	5	5	5	5	40
183	3	2	2	1	5	1	2	5	21
184	5	5	4	5	5	5	5	4	38
185	4	3	4	5	4	5	3	4	32
186	4	4	4	5	4	4	4	3	32
187	4	5	5	4	5	4	4	4	35
188	5	4	4	5	5	3	3	4	33
189	5	4	4	5	5	4	4	4	35
190	4	3	4	5	5	5	5	5	36
191	4	5	4	4	4	4	5	4	34
192	4	4	4	5	5	4	4	4	34
193	4	5	5	4	5	4	5	3	35
194	5	5	5	5	4	4	4	5	37
195	4	5	4	4	5	5	4	4	35
196	4	5	4	4	5	4	5	5	36
197	4	5	4	4	4	5	5	4	35
198	3	4	5	4	4	4	5	5	34
199	3	4	5	3	4	5	3	4	31
200	5	5	5	5	5	5	5	5	40
201	5	5	4	4	3	4	5	5	35
202	4	4	4	4	5	5	5	5	36
203	4	4	4	5	5	5	5	5	37
204	4	4	4	4	4	4	4	2	30
205	5	5	5	5	5	5	5	5	40

206	5	5	4	4	3	2	5	4	32
207	4	5	5	5	5	5	5	5	39
208	5	5	5	5	5	5	5	5	40
209	5	5	4	4	4	4	4	3	33
210	5	5	2	5	5	5	5	5	37
211	5	5	5	5	5	5	5	5	40
212	5	5	5	5	4	4	4	4	36
213	4	3	2	4	3	3	3	2	24
214	5	5	3	4	3	4	4	3	31
215	3	4	5	5	5	5	5	5	37
216	5	5	5	5	5	5	5	5	40
217	4	3	3	4	4	4	4	4	30
218	5	4	4	5	4	5	5	4	36
219	4	4	4	4	5	5	3	5	34
220	4	4	4	5	3	4	5	4	33
221	5	5	5	5	5	5	5	5	40
222	5	5	5	5	5	5	3	3	36
223	3	5	5	4	5	4	5	5	36
224	5	5	4	4	2	4	4	4	32
225	4	5	5	5	5	4	5	4	37
226	1	1	1	1	1	1	1	1	8
227	5	4	4	3	4	5	5	5	35
228	4	2	4	5	4	3	4	4	30
229	5	4	4	5	5	5	4	5	37
230	4	4	3	5	4	3	4	3	30
231	4	4	4	3	3	4	4	4	30
232	4	5	3	4	3	2	4	4	29
233	5	4	3	4	4	5	4	4	33
234	4	4	5	5	5	5	5	5	38
235	5	3	5	5	5	5	5	4	37
236	5	5	5	5	5	3	5	4	37
237	5	5	5	4	3	4	4	5	35
238	4	4	5	5	5	5	4	4	36
239	4	4	3	4	3	4	4	4	30
240	3	5	4	4	4	5	4	4	33
241	4	5	4	5	4	5	4	4	35
242	4	4	4	5	5	5	4	4	35
243	5	4	4	4	4	5	5	3	34
244	5	4	4	5	4	4	5	3	34

245	5	5	4	4	5	5	5	4	37
246	5	5	5	5	5	5	5	5	40
247	5	5	5	4	5	4	5	4	37
248	5	5	4	4	5	5	5	5	38
249	4	4	5	5	5	5	5	4	37
250	5	5	4	4	5	4	4	5	36
251	5	5	5	4	4	4	5	5	37
252	5	5	4	4	4	5	5	5	37
253	5	5	5	5	4	5	5	5	39
254	5	3	5	5	5	5	5	5	38
255	5	5	5	4	4	4	5	5	37
256	5	5	5	5	5	5	5	5	40
257	3	4	4	4	4	5	5	5	34
258	5	4	4	4	5	4	4	5	35
259	3	4	4	5	5	5	5	5	36
260	4	3	4	4	3	5	5	4	32
261	4	5	4	4	4	4	5	5	35
262	4	4	4	5	4	3	4	4	32
263	3	4	4	5	3	4	3	4	30
264	5	5	3	3	5	2	5	3	31
265	3	2	3	2	3	4	2	2	21
266	5	5	4	4	5	5	5	5	38
267	3	5	4	4	5	3	4	5	33
268	4	4	5	5	5	5	5	4	37
269	5	5	4	4	5	4	4	5	36
270	4	5	4	4	5	4	4	4	34
271	5	5	5	5	5	5	5	5	40
272	4	3	4	4	3	3	5	4	30
273	4	3	4	4	4	4	4	4	31
274	5	5	5	5	5	5	5	5	40
275	3	2	2	1	5	1	2	5	21
276	5	5	4	5	5	5	5	4	38
277	4	3	4	5	4	5	3	4	32
278	4	4	4	5	4	4	4	3	32
279	4	5	5	4	5	4	4	4	35
280	5	4	4	5	5	3	3	4	33
281	5	4	4	5	5	4	4	4	35
282	4	3	4	5	5	5	5	5	36
283	4	5	4	4	4	4	5	4	34

284	4	4	4	5	5	4	4	4	34
285	4	5	5	4	5	4	5	3	35
286	5	5	5	5	4	4	4	5	37
287	4	5	4	4	5	5	4	4	35
288	4	5	4	4	5	4	5	5	36
289	4	5	4	4	4	5	5	4	35
290	3	4	5	4	4	4	5	5	34
291	3	4	5	3	4	5	3	4	31
292	5	5	5	5	5	5	5	5	40
293	5	5	4	4	3	4	5	5	35
294	4	4	4	4	5	5	5	5	36
295	4	4	4	5	5	5	5	5	37
296	4	4	4	4	4	4	4	2	30
297	5	5	5	5	5	5	5	5	40
298	5	5	4	4	3	2	5	4	32
299	4	5	5	5	5	5	5	5	39
300	5	5	5	5	5	5	5	5	40
301	5	5	4	4	4	4	4	3	33
302	5	5	2	5	5	5	5	5	37
303	5	5	5	5	5	5	5	5	40
304	5	5	5	5	4	4	4	4	36
305	4	3	2	4	3	3	3	2	24
306	5	5	3	4	3	4	4	3	31
307	3	4	5	5	5	5	5	5	37
308	5	5	5	5	5	5	5	5	40
309	4	3	3	4	4	4	4	4	30
310	5	4	4	5	4	5	5	4	36
311	4	4	4	4	5	5	3	5	34
312	4	4	4	5	3	4	5	4	33
313	5	5	5	5	5	5	5	5	40
314	5	5	5	5	5	5	3	3	36
315	3	5	5	4	5	4	5	5	36
316	5	5	4	4	2	4	4	4	32
317	4	5	5	5	5	4	5	4	37
318	1	1	1	1	1	1	1	1	8
319	5	4	4	3	4	5	5	5	35
320	4	2	4	5	4	3	4	4	30
321	5	4	4	5	5	5	4	5	37
322	4	4	3	5	4	3	4	3	30

323	4	4	4	3	3	4	4	4	30
324	4	5	3	4	3	2	4	4	29
325	5	4	3	4	4	5	4	4	33
326	4	4	5	5	5	5	5	5	38
327	5	3	5	5	5	5	5	4	37
328	5	5	5	5	5	3	5	4	37
329	5	5	5	4	3	4	4	5	35
330	4	4	5	5	5	5	4	4	36
331	4	4	3	4	3	4	4	4	30
332	3	5	4	4	4	5	4	4	33
333	4	5	4	5	4	5	4	4	35
334	4	4	4	5	5	5	4	4	35
335	5	4	4	4	4	5	5	3	34
336	5	4	4	5	4	4	5	3	34
337	5	5	4	4	5	5	5	4	37
338	5	5	5	5	5	5	5	5	40
339	5	5	5	4	5	4	5	4	37
340	5	5	4	4	5	5	5	5	38
341	4	4	5	5	5	5	5	4	37
342	5	5	4	4	5	4	4	5	36
343	5	5	5	4	4	4	5	5	37
344	5	5	4	4	4	5	5	5	37
345	5	5	5	5	4	5	5	5	39
346	5	3	5	5	5	5	5	5	38

Lampiran 4.3 Hasil Tabulasi Promosi (X3)

No. responden	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	TOTAL X3
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	3	4	5	3	4	4	4	32
3	5	5	5	5	5	5	2	2	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	3	2	2	3	5	28
6	3	4	3	5	3	4	4	4	30
7	3	1	3	3	3	3	3	3	22
8	4	2	2	4	5	5	3	3	28
9	5	5	5	5	5	5	5	1	36
10	5	4	5	5	5	4	3	5	36
11	4	3	4	4	4	4	4	4	31

12	4	4	4	4	3	4	4	5	32
13	4	3	3	4	4	3	4	3	28
14	5	4	5	5	3	3	4	5	34
15	4	3	4	4	4	4	3	4	30
16	3	2	2	4	4	4	3	3	25
17	3	4	4	3	3	2	4	4	27
18	3	3	5	3	1	3	3	3	24
19	5	5	5	5	4	4	4	4	36
20	1	1	1	1	1	3	1	1	10
21	4	4	4	5	4	3	4	3	31
22	4	4	3	4	3	4	4	5	31
23	5	5	5	5	4	4	3	5	36
24	4	2	5	5	5	4	4	5	34
25	4	1	1	5	5	4	2	5	27
26	1	3	4	4	5	5	4	5	31
27	3	3	5	5	5	5	3	5	34
28	4	2	3	5	4	5	3	3	29
29	5	3	4	4	3	3	3	3	28
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	5	4	4	4	4	4	4	4	33
32	4	2	2	4	4	4	4	4	28
33	5	3	3	4	3	4	3	5	30
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	4	3	5	5	4	5	36
36	5	3	4	5	5	4	4	4	34
37	5	4	4	5	4	5	4	4	35
38	5	5	5	5	5	5	4	5	39
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	3	3	3	3	5	5	5	5	32
41	2	2	4	3	5	5	3	5	29
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	3	3	4	3	3	4	28
44	4	3	3	4	4	4	3	4	29
45	5	4	5	5	3	4	4	4	34
46	5	5	4	4	4	5	3	4	34
47	5	5	4	5	4	4	4	4	35
48	1	1	3	3	4	4	4	3	23
49	4	3	3	4	4	4	4	4	30
50	3	2	4	3	4	4	4	4	28

51	3	3	3	4	3	3	3	3	25
52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	3	4	3	3	4	4	4	4	29
54	5	2	2	5	5	5	5	5	34
55	3	4	3	4	5	5	4	5	33
56	2	2	2	4	2	5	5	5	27
57	1	1	1	1	2	2	3	2	13
58	3	3	3	3	3	3	3	3	24
59	5	4	3	3	5	5	3	4	32
60	3	4	3	4	4	4	4	4	30
61	5	4	5	5	5	4	4	5	37
62	5	5	5	5	5	5	5	3	38
63	4	4	2	3	3	4	3	2	25
64	3	2	4	3	5	5	4	3	29
65	2	3	4	4	3	3	3	2	24
66	5	3	3	4	5	5	4	4	33
67	4	4	3	5	4	4	4	3	31
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	4	5	4	3	4	4	4	4	32
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	3	3	4	5	5	3	3	4	30
72	4	4	2	4	4	4	4	4	30
73	4	4	3	3	4	4	4	4	30
74	5	4	3	5	3	3	3	3	29
75	5	4	4	4	5	4	4	4	34
76	3	3	4	3	3	4	2	3	25
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	3	3	4	5	5	5	5	35
79	5	5	5	5	5	4	5	5	39
80	4	2	3	3	5	5	4	5	31
81	3	1	3	2	5	5	2	3	24
82	3	4	3	4	4	4	4	4	30
83	4	3	3	3	3	3	3	3	25
84	4	4	3	3	3	4	3	4	28
85	4	2	4	5	2	3	5	5	30
86	4	5	5	5	4	5	5	5	38
87	3	4	4	4	4	5	3	4	31
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	3	3	4	4	5	5	4	4	32

90	5	3	3	3	3	3	3	3	26
91	4	2	4	4	3	4	4	4	29
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	5	2	2	3	4	5	5	3	29
95	4	3	3	3	2	2	3	3	23
96	4	3	4	4	3	3	3	4	28
97	4	4	4	5	5	4	4	5	35
98	4	4	3	3	4	4	4	4	30
99	4	2	3	4	4	4	4	4	29
100	3	4	3	4	4	3	3	3	27
101	5	5	5	5	4	4	4	5	37
102	3	1	2	3	3	3	4	2	21
103	4	5	3	3	5	5	4	4	33
104	1	1	1	2	3	3	3	5	19
105	5	5	5	5	4	5	5	5	39
106	5	4	4	4	4	5	5	5	36
107	5	3	4	4	4	4	3	4	31
108	4	4	3	4	4	4	4	5	32
109	5	5	5	5	3	4	3	4	34
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
111	3	2	4	5	4	4	3	3	28
112	5	5	5	4	3	4	5	4	35
113	2	2	2	2	2	2	2	2	16
114	5	4	4	5	4	4	4	4	34
115	4	5	3	3	4	5	3	3	30
116	4	2	2	4	2	3	5	5	27
117	4	4	4	4	4	4	4	4	32
118	2	3	2	2	4	4	3	3	23
119	5	1	1	3	5	5	5	5	30
120	4	2	4	4	4	2	4	4	28
121	3	2	2	3	5	5	4	3	27
122	5	4	4	4	3	3	3	4	30
123	2	4	3	4	4	4	3	4	28
124	4	4	2	4	3	3	3	3	26
125	5	5	4	4	5	5	5	5	38
126	3	4	1	4	3	3	4	3	25
127	3	3	3	3	3	3	3	3	24
128	4	4	4	4	4	4	4	4	32

129	3	2	2	3	3	4	3	3	23
130	2	4	2	3	4	4	3	4	26
131	4	4	3	5	3	3	4	3	29
132	4	3	3	4	4	3	4	3	28
133	3	3	3	5	5	5	4	5	33
134	1	1	1	1	1	1	1	1	8
135	3	3	2	2	3	3	3	2	21
136	5	4	4	4	4	4	3	3	31
137	5	5	3	3	5	5	3	3	32
138	5	1	5	5	4	4	3	5	32
139	2	2	2	2	2	1	2	2	15
140	5	5	2	5	5	5	5	5	37
141	5	4	4	4	4	3	4	4	32
142	5	5	4	5	5	5	4	4	37
143	2	2	2	2	2	2	2	3	17
144	2	2	3	2	4	4	3	3	23
145	4	2	2	4	5	4	4	3	28
146	4	4	4	4	4	4	3	3	30
147	4	4	3	3	3	3	4	4	28
148	4	4	2	4	4	4	4	4	30
149	2	2	4	3	2	2	2	2	19
150	5	3	3	3	3	3	3	4	27
151	5	4	4	4	4	4	4	4	33
152	5	5	5	5	4	4	4	4	36
153	5	3	5	4	3	3	3	3	29
154	4	3	3	4	4	5	3	5	31
155	5	2	3	4	5	5	3	5	32
156	5	1	1	4	3	3	3	3	23
157	3	2	2	4	4	4	3	3	25
158	5	3	4	5	3	4	3	3	30
159	5	4	4	4	5	5	5	4	36
160	4	3	4	4	4	4	3	4	30
161	4	3	3	3	3	3	3	3	25
162	4	3	3	4	4	4	4	3	29
163	5	4	4	5	3	3	3	4	31
164	5	1	5	5	3	3	3	4	29
165	4	4	4	5	3	4	3	3	30
166	3	1	2	3	3	3	3	3	21
167	5	3	3	4	5	4	4	5	33

168	5	2	2	5	5	5	5	5	34
169	4	4	3	4	3	3	3	4	28
170	4	2	3	4	3	2	2	1	21
171	3	2	3	3	3	3	3	3	23
172	4	4	3	3	3	4	4	3	28
173	4	5	5	4	5	4	5	5	37
174	4	3	3	5	3	3	3	3	27
175	5	4	4	4	4	4	4	4	33
176	4	4	5	5	5	4	5	5	37
177	5	5	5	5	5	5	5	5	40
178	5	5	5	5	5	5	5	5	40
179	5	5	5	5	5	5	5	5	40
180	4	3	3	5	5	4	3	4	31
181	5	3	4	4	3	4	3	3	29
182	5	5	5	5	5	4	4	4	37
183	5	3	2	4	5	3	1	3	26
184	5	3	4	3	5	5	5	5	35
185	3	4	5	4	5	4	5	5	35
186	4	4	4	5	4	4	4	4	33
187	4	5	5	4	4	4	4	5	35
188	5	4	5	3	5	4	5	4	35
189	4	3	4	4	5	4	4	4	32
190	4	4	4	5	5	4	5	5	36
191	4	4	5	4	4	4	5	4	34
192	4	5	4	4	4	5	5	5	36
193	3	4	5	4	5	5	5	5	36
194	4	4	4	4	5	4	5	4	34
195	4	5	4	5	4	4	5	4	35
196	5	4	4	5	4	5	4	4	35
197	4	4	5	5	4	4	4	4	34
198	4	4	5	5	5	5	5	4	37
199	3	4	5	3	4	5	3	4	31
200	5	5	5	5	5	5	5	5	40
201	5	4	3	4	4	4	4	4	32
202	4	4	4	4	4	5	3	3	31
203	5	5	4	4	4	4	5	5	36
204	3	4	4	4	4	4	4	4	31
205	5	4	3	4	5	5	5	5	36
206	4	4	4	4	4	4	3	3	30

207	3	4	5	5	5	5	5	5	37
208	5	5	5	5	5	5	5	5	40
209	3	3	3	4	4	4	4	4	29
210	5	5	5	5	5	5	5	5	40
211	3	4	4	3	5	3	5	5	32
212	5	4	3	4	4	4	4	4	32
213	4	2	4	4	4	4	3	3	28
214	5	4	4	5	5	5	4	4	36
215	4	4	3	5	5	5	5	3	34
216	4	1	2	4	4	4	4	5	28
217	5	4	4	4	4	4	4	4	33
218	5	3	4	3	3	4	3	4	29
219	4	5	3	5	5	5	4	4	35
220	4	3	4	3	3	4	4	4	29
221	5	5	5	5	5	5	5	5	40
222	5	5	5	5	5	4	5	5	39
223	5	4	5	4	5	4	5	5	37
224	5	4	4	4	4	2	3	5	31
225	4	4	5	5	5	5	5	5	38
226	1	1	1	1	1	1	1	1	8
227	5	5	5	5	5	4	4	5	38
228	5	4	5	5	5	4	4	5	37
229	4	4	4	5	4	5	4	5	35
230	3	2	2	4	4	4	3	4	26
231	4	2	3	3	4	4	4	4	28
232	5	4	3	3	4	4	4	4	31
233	5	5	5	4	5	4	5	5	38
234	4	5	5	5	5	5	5	4	38
235	4	5	5	5	4	4	4	3	34
236	5	5	5	5	5	4	4	5	38
237	5	5	5	4	4	4	5	5	37
238	5	4	4	4	4	4	5	4	34
239	5	4	5	5	3	3	3	4	32
240	4	5	5	5	4	5	4	4	36
241	3	5	5	4	5	4	4	4	34
242	3	4	5	4	5	5	4	4	34
243	5	5	5	5	5	5	5	5	40
244	5	4	4	5	4	5	4	4	35
245	4	5	5	5	4	4	4	5	36

246	4	4	3	5	5	5	5	5	36
247	4	4	3	4	5	5	5	5	35
248	5	5	5	5	5	5	4	5	39
249	5	5	5	5	5	4	5	5	39
250	5	5	5	5	5	5	5	3	38
251	4	5	4	5	5	5	4	5	37
252	4	4	5	5	4	5	5	5	37
253	4	5	5	5	4	4	4	3	34
254	5	5	5	5	5	5	5	5	40
255	4	5	5	5	5	4	5	5	38
256	4	4	4	5	4	4	5	4	34
257	5	5	5	4	5	5	5	5	39
258	4	5	5	5	4	5	5	4	37
259	4	4	4	4	4	4	5	5	34
260	5	4	4	3	5	5	3	4	33
261	5	5	4	4	3	4	3	5	33
262	4	4	5	5	5	5	4	4	36
263	3	3	3	4	5	5	3	4	30
264	5	5	3	3	5	5	5	5	36
265	2	4	3	2	3	3	2	2	21
266	5	5	5	5	5	5	4	5	39
267	5	5	4	5	4	5	4	5	37
268	5	5	5	5	5	4	5	5	39
269	5	5	5	5	5	5	5	3	38
270	3	4	5	3	4	4	4	4	31
271	5	5	5	5	5	5	5	5	40
272	4	3	3	5	5	4	3	4	31
273	5	3	4	4	3	4	3	3	29
274	5	5	5	5	5	4	4	4	37
275	5	3	2	4	5	3	1	3	26
276	5	3	4	3	5	5	5	5	35
277	3	4	5	4	5	4	5	5	35
278	4	4	4	5	4	4	4	4	33
279	4	5	5	4	4	4	4	5	35
280	5	4	5	3	5	4	5	4	35
281	4	3	4	4	5	4	4	4	32
282	4	4	4	5	5	4	5	5	36
283	4	4	5	4	4	4	5	4	34
284	4	5	4	4	4	5	5	5	36

285	3	4	5	4	5	5	5	5	36
286	4	4	4	4	5	4	5	4	34
287	4	5	4	5	4	4	5	4	35
288	5	4	4	5	4	5	4	4	35
289	4	4	5	5	4	4	4	4	34
290	4	4	5	5	5	5	5	4	37
291	3	4	5	3	4	5	3	4	31
292	5	5	5	5	5	5	5	5	40
293	5	4	3	4	4	4	4	4	32
294	4	4	4	4	4	5	3	3	31
295	5	5	4	4	4	4	5	5	36
296	3	4	4	4	4	4	4	4	31
297	5	4	3	4	5	5	5	5	36
298	4	4	4	4	4	4	3	3	30
299	3	4	5	5	5	5	5	5	37
300	5	5	5	5	5	5	5	5	40
301	3	3	3	4	4	4	4	4	29
302	5	5	5	5	5	5	5	5	40
303	3	4	4	3	5	3	5	5	32
304	5	4	3	4	4	4	4	4	32
305	4	2	4	4	4	4	3	3	28
306	5	4	4	5	5	5	4	4	36
307	4	4	3	5	5	5	5	3	34
308	4	1	2	4	4	4	4	5	28
309	5	4	4	4	4	4	4	4	33
310	5	3	4	3	3	4	3	4	29
311	4	5	3	5	5	5	4	4	35
312	4	3	4	3	3	4	4	4	29
313	5	5	5	5	5	5	5	5	40
314	5	5	5	5	5	4	5	5	39
315	5	4	5	4	5	4	5	5	37
316	5	4	4	4	4	2	3	5	31
317	4	4	5	5	5	5	5	5	38
318	1	1	1	1	1	1	1	1	8
319	5	5	5	5	5	4	4	5	38
320	5	4	5	5	5	4	4	5	37
321	4	4	4	5	4	5	4	5	35
322	3	2	2	4	4	4	3	4	26
323	4	2	3	3	4	4	4	4	28

324	5	4	3	3	4	4	4	4	31
325	5	5	5	4	5	4	5	5	38
326	4	5	5	5	5	5	5	4	38
327	4	5	5	5	4	4	4	3	34
328	5	5	5	5	5	4	4	5	38
329	5	5	5	4	4	4	5	5	37
330	5	4	4	4	4	4	5	4	34
331	5	4	5	5	3	3	3	4	32
332	4	5	5	5	4	5	4	4	36
333	3	5	5	4	5	4	4	4	34
334	3	4	5	4	5	5	4	4	34
335	5	5	5	5	5	5	5	5	40
336	5	4	4	5	4	5	4	4	35
337	4	5	5	5	4	4	4	5	36
338	4	4	3	5	5	5	5	5	36
339	4	4	3	4	5	5	5	5	35
340	5	5	5	5	5	5	4	5	39
341	5	5	5	5	5	4	5	5	39
342	5	5	5	5	5	5	5	3	38
343	4	5	4	5	5	5	4	5	37
344	4	4	5	5	4	5	5	5	37
345	4	5	5	5	4	4	4	3	34
346	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Lampiran 4.4 Hasil Tabulasi Perilaku Konsumtif

No. responden	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	TOTAL Y
1	4	4	2	5	3	3	3	5	29
2	4	4	2	4	3	4	4	3	28
3	5	2	2	5	2	5	5	5	31
4	5	5	3	3	2	3	3	2	26
5	5	5	4	5	3	2	3	5	32
6	3	3	1	3	3	4	4	3	24
7	1	3	4	1	4	3	3	1	20
8	2	3	1	1	1	1	1	1	11
9	5	5	1	5	1	5	5	4	31
10	5	5	3	5	2	3	5	5	33
11	4	3	2	4	3	3	3	4	26
12	5	5	2	4	3	4	4	4	31

13	4	5	3	3	2	4	2	3	26
14	5	3	3	5	1	4	1	4	26
15	4	3	2	3	2	3	3	4	24
16	3	2	2	4	4	3	3	4	25
17	3	3	4	3	5	5	5	2	30
18	3	3	1	3	2	2	1	5	20
19	5	4	2	4	4	4	4	4	31
20	1	4	5	2	5	3	5	3	28
21	4	4	2	5	2	4	3	5	29
22	4	3	1	4	1	3	4	4	24
23	5	4	2	5	3	4	4	5	32
24	3	4	3	4	2	3	3	4	26
25	5	1	1	5	1	1	5	5	24
26	3	3	2	4	2	1	3	3	21
27	3	5	1	4	1	1	1	4	20
28	3	2	1	5	1	2	1	5	20
29	4	3	2	4	2	2	2	3	22
30	3	3	1	3	2	2	2	2	18
31	2	2	2	4	2	2	2	2	18
32	4	4	2	4	2	4	2	4	26
33	4	1	1	5	1	2	1	5	20
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	4	3	5	3	5	4	4	33
36	5	3	3	5	3	5	3	5	32
37	4	5	5	4	5	4	5	3	35
38	5	5	2	4	1	3	1	4	25
39	5	5	4	5	4	4	4	5	36
40	3	3	1	5	3	5	4	4	28
41	2	1	2	4	1	2	4	1	17
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	3	3	3	4	29
44	3	3	2	4	2	2	2	4	22
45	5	3	3	4	3	3	3	5	29
46	3	2	2	3	2	2	2	2	18
47	4	4	4	4	3	3	3	4	29
48	4	4	3	3	4	4	4	4	30
49	4	3	2	4	3	4	4	4	28
50	3	2	2	4	2	2	2	2	19
51	3	3	4	4	4	3	4	4	29

52	2	2	2	2	2	2	3	1	16
53	3	4	3	3	3	3	4	3	26
54	3	3	1	4	1	2	1	1	16
55	5	4	2	4	3	3	3	4	28
56	2	2	2	4	2	2	2	2	18
57	1	1	4	2	4	4	4	3	23
58	3	3	2	2	2	3	3	3	21
59	2	4	1	4	1	4	3	4	23
60	4	4	2	4	4	4	4	4	30
61	5	3	2	5	2	2	2	5	26
62	4	3	1	5	1	3	2	3	22
63	3	5	1	4	2	2	3	5	25
64	3	3	1	3	2	2	2	4	20
65	3	4	1	4	3	2	4	3	24
66	2	3	1	3	1	1	1	4	16
67	4	4	2	4	2	3	2	3	24
68	3	3	3	4	2	3	2	5	25
69	5	5	3	5	5	3	5	5	36
70	5	5	1	5	5	5	1	5	32
71	3	3	2	4	2	3	2	5	24
72	4	2	2	4	2	2	3	4	23
73	3	4	3	3	3	3	3	3	25
74	3	3	2	5	2	4	2	4	25
75	5	4	1	4	1	2	2	4	23
76	3	3	3	3	4	3	5	3	27
77	5	3	2	3	2	5	2	3	25
78	4	4	1	4	2	1	3	3	22
79	5	3	2	5	5	5	5	5	35
80	3	2	1	3	1	2	1	3	16
81	2	1	1	3	1	2	3	5	18
82	4	3	2	4	2	2	3	4	24
83	3	3	2	3	2	3	3	3	22
84	4	5	2	4	2	3	2	3	25
85	4	3	3	4	2	2	2	3	23
86	5	4	5	5	5	5	4	5	38
87	4	3	3	4	2	3	3	3	25
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	3	1	4	3	2	3	2	22
90	4	4	1	5	1	1	3	3	22

91	2	3	2	4	2	2	3	2	20
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	3	3	3	3	32
94	4	4	2	5	1	2	4	5	27
95	4	4	2	4	3	4	5	2	28
96	4	3	3	4	3	4	3	4	28
97	5	3	3	4	4	4	4	4	31
98	4	3	2	4	2	3	3	3	24
99	3	2	1	4	1	3	2	3	19
100	4	2	2	4	1	2	1	3	19
101	4	2	1	3	2	3	3	4	22
102	2	5	3	2	4	2	4	5	27
103	4	3	1	4	1	1	1	4	19
104	1	1	1	1	1	1	1	1	8
105	5	3	3	5	3	3	4	4	30
106	4	3	3	4	3	3	3	3	26
107	2	3	2	4	2	2	4	4	23
108	3	2	1	4	2	4	4	4	24
109	5	4	2	5	3	3	3	4	29
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
111	3	2	2	3	3	2	3	4	22
112	4	5	3	4	4	2	3	5	30
113	2	2	2	2	2	2	2	2	16
114	4	2	2	4	2	3	2	4	23
115	4	4	3	4	3	3	3	5	29
116	2	2	2	2	2	4	2	1	17
117	4	3	2	4	2	3	2	3	23
118	2	2	4	2	4	2	4	4	24
119	1	3	3	3	1	1	2	5	19
120	3	4	3	4	4	3	3	3	27
121	4	3	2	4	3	2	5	3	26
122	4	4	2	4	4	4	2	3	27
123	3	4	2	4	4	3	3	3	26
124	2	2	2	3	2	2	2	4	19
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40
126	3	5	2	4	3	3	4	5	29
127	3	3	3	3	3	3	3	3	24
128	4	4	1	4	3	3	3	3	25
129	3	3	2	2	2	2	3	2	19

130	4	3	1	4	1	2	2	4	21
131	5	5	3	4	2	2	3	3	27
132	4	4	2	3	2	3	3	4	25
133	4	4	2	3	1	3	1	4	22
134	5	5	5	1	5	5	5	1	32
135	2	2	4	2	4	4	4	3	25
136	4	3	2	4	2	3	3	4	25
137	4	4	2	4	1	2	2	4	23
138	3	1	1	5	1	1	3	3	18
139	2	2	2	2	2	2	2	2	16
140	4	4	1	1	1	1	1	4	17
141	4	3	2	4	2	3	2	3	23
142	4	4	2	4	2	2	2	4	24
143	4	4	4	4	4	4	4	4	32
144	4	4	2	4	2	2	2	4	24
145	2	2	2	4	2	3	3	2	20
146	3	3	3	3	4	5	3	4	28
147	3	2	1	3	3	2	3	3	20
148	4	3	2	4	3	2	3	2	23
149	2	3	4	2	4	4	2	2	23
150	4	3	1	4	1	3	1	2	19
151	5	4	3	4	3	3	4	4	30
152	5	5	5	5	5	5	5	5	40
153	3	3	2	5	3	2	2	3	23
154	3	2	2	4	2	2	2	4	21
155	2	2	1	3	1	2	2	5	18
156	3	2	1	4	4	3	3	4	24
157	3	3	2	2	2	2	3	4	21
158	3	1	1	3	1	1	1	3	14
159	4	5	5	5	4	3	4	3	33
160	3	3	1	4	3	4	5	4	27
161	3	3	3	3	3	3	3	3	24
162	3	3	3	4	2	2	3	3	23
163	5	4	1	5	2	3	3	3	26
164	5	1	1	5	1	1	5	5	24
165	4	2	3	4	2	2	2	3	22
166	3	2	1	5	1	3	2	3	20
167	5	3	3	5	3	4	4	5	32
168	3	2	2	3	2	2	2	5	21

169	3	3	1	4	2	2	1	3	19
170	3	1	1	3	2	1	2	3	16
171	3	3	2	3	2	2	2	3	20
172	4	3	1	4	1	3	1	5	22
173	4	4	4	5	5	5	5	5	37
174	3	3	2	3	2	1	1	3	18
175	4	4	3	4	3	4	4	4	30
176	4	3	3	4	3	4	3	2	26
177	5	5	5	5	5	5	5	5	40
178	5	5	5	5	5	5	5	5	40
179	5	5	5	5	5	5	5	5	40
180	3	3	2	3	2	2	2	2	19
181	4	3	2	4	2	3	2	4	24
182	4	4	4	4	4	4	4	4	32
183	1	1	4	1	4	4	1	1	17
184	5	5	5	5	5	5	5	5	40
185	4	5	4	3	5	4	5	5	35
186	4	5	4	4	4	4	5	4	34
187	3	4	4	4	5	5	5	5	35
188	4	4	5	5	5	5	4	5	37
189	5	4	5	4	4	4	4	4	34
190	5	5	3	4	4	4	4	4	33
191	4	4	4	4	5	5	5	5	36
192	5	5	4	4	4	5	4	5	36
193	5	5	5	5	5	5	5	5	40
194	5	4	4	5	4	4	4	4	34
195	5	5	4	4	5	5	4	4	36
196	5	4	4	5	4	5	4	4	35
197	5	4	4	5	4	4	5	5	36
198	4	4	4	5	5	5	4	5	36
199	4	4	4	5	5	5	5	5	37
200	5	5	5	5	5	5	4	4	38
201	3	4	2	4	4	4	4	4	29
202	4	4	5	5	5	5	5	3	36
203	4	5	5	5	5	5	5	5	39
204	4	1	1	3	1	1	1	4	16
205	4	4	5	5	5	5	5	4	37
206	4	3	3	4	3	4	3	3	27
207	5	4	4	4	4	4	4	5	34

208	5	5	5	5	4	5	5	5	39
209	3	4	1	5	5	3	1	4	26
210	2	2	2	2	2	2	2	2	16
211	4	5	5	5	5	5	4	5	38
212	5	1	1	5	3	3	1	4	23
213	4	3	3	4	2	2	2	4	24
214	5	5	3	4	3	3	3	4	30
215	5	5	5	5	4	4	5	4	37
216	1	1	1	4	1	2	1	5	16
217	4	3	2	4	1	2	1	4	21
218	5	5	2	5	3	4	2	4	30
219	4	4	4	4	4	5	5	5	35
220	3	3	3	3	3	3	3	3	24
221	5	5	1	5	4	3	3	5	31
222	5	5	5	4	2	3	1	2	27
223	5	5	3	4	4	5	5	5	36
224	4	4	2	4	2	2	2	2	22
225	3	4	4	5	5	5	5	4	35
226	1	1	1	1	1	1	1	1	8
227	4	5	5	5	5	5	5	4	38
228	4	3	2	5	2	3	3	4	26
229	3	3	5	5	5	5	5	5	36
230	3	1	1	3	1	1	1	3	14
231	2	2	2	4	2	3	2	4	21
232	5	3	2	3	3	2	2	5	25
233	5	5	4	5	5	5	5	5	39
234	4	4	5	5	5	5	5	5	38
235	4	4	4	5	5	5	5	5	37
236	3	3	5	5	5	4	3	5	33
237	5	5	5	5	4	5	4	5	38
238	5	5	5	5	4	5	5	4	38
239	4	4	4	5	4	3	5	4	33
240	4	4	4	4	4	5	3	5	33
241	5	3	4	5	4	4	5	4	34
242	5	4	4	5	4	4	5	5	36
243	5	5	5	5	4	4	5	5	38
244	4	5	4	4	5	4	4	5	35
245	5	5	5	5	5	5	5	5	40
246	4	5	5	5	5	5	4	4	37

247	4	5	5	5	5	5	5	5	39
248	5	4	5	4	5	4	5	5	37
249	5	4	4	3	5	4	5	4	34
250	4	5	5	5	5	4	5	5	38
251	4	4	5	5	4	4	4	5	35
252	5	4	4	3	5	4	5	5	35
253	3	4	4	4	4	4	5	5	33
254	5	3	4	3	3	5	5	4	32
255	4	5	5	5	5	5	5	3	37
256	4	4	3	4	4	4	4	4	31
257	4	4	5	5	5	5	4	4	36
258	4	4	4	4	4	4	4	4	32
259	4	4	4	5	5	5	5	5	37
260	5	5	5	4	4	5	4	5	37
261	4	4	4	4	5	4	3	4	32
262	5	4	1	5	2	3	3	4	27
263	3	3	2	4	2	1	3	5	23
264	5	4	5	5	5	5	5	5	39
265	3	4	4	2	3	4	4	3	27
266	5	4	5	4	5	4	5	5	37
267	5	3	3	5	3	4	3	5	31
268	5	4	4	3	5	4	5	4	34
269	4	5	5	5	5	4	5	5	38
270	4	5	4	4	4	4	4	5	34
271	5	5	5	5	5	5	5	5	40
272	3	3	2	3	2	2	2	2	19
273	4	3	2	4	2	3	2	4	24
274	4	4	4	4	4	4	4	4	32
275	1	1	4	1	4	4	1	1	17
276	5	5	5	5	5	5	5	5	40
277	4	5	4	3	5	4	5	5	35
278	4	5	4	4	4	4	5	4	34
279	3	4	4	4	5	5	5	5	35
280	4	4	5	5	5	5	4	5	37
281	5	4	5	4	4	4	4	4	34
282	5	5	3	4	4	4	4	4	33
283	4	4	4	4	5	5	5	5	36
284	5	5	4	4	4	5	4	5	36
285	5	5	5	5	5	5	5	5	40

286	5	4	4	5	4	4	4	4	34
287	5	5	4	4	5	5	4	4	36
288	5	4	4	5	4	5	4	4	35
289	5	4	4	5	4	4	5	5	36
290	4	4	4	5	5	5	4	5	36
291	4	4	4	5	5	5	5	5	37
292	5	5	5	5	5	5	4	4	38
293	3	4	2	4	4	4	4	4	29
294	4	4	5	5	5	5	5	3	36
295	4	5	5	5	5	5	5	5	39
296	4	1	1	3	1	1	1	4	16
297	4	4	5	5	5	5	5	4	37
298	4	3	3	4	3	4	3	3	27
299	5	4	4	4	4	4	4	5	34
300	5	5	5	5	4	5	5	5	39
301	3	4	1	5	5	3	1	4	26
302	2	2	2	2	2	2	2	2	16
303	4	5	5	5	5	5	4	5	38
304	5	1	1	5	3	3	1	4	23
305	4	3	3	4	2	2	2	4	24
306	5	5	3	4	3	3	3	4	30
307	5	5	5	5	4	4	5	4	37
308	1	1	1	4	1	2	1	5	16
309	4	3	2	4	1	2	1	4	21
310	5	5	2	5	3	4	2	4	30
311	4	4	4	4	4	5	5	5	35
312	3	3	3	3	3	3	3	3	24
313	5	5	1	5	4	3	3	5	31
314	5	5	5	4	2	3	1	2	27
315	5	5	3	4	4	5	5	5	36
316	4	4	2	4	2	2	2	2	22
317	3	4	4	5	5	5	5	4	35
318	1	1	1	1	1	1	1	1	8
319	4	5	5	5	5	5	5	4	38
320	4	3	2	5	2	3	3	4	26
321	3	3	5	5	5	5	5	5	36
322	3	1	1	3	1	1	1	3	14
323	2	2	2	4	2	3	2	4	21
324	5	3	2	3	3	2	2	5	25

325	5	5	4	5	5	5	5	5	39
326	4	4	5	5	5	5	5	5	38
327	4	4	4	5	5	5	5	5	37
328	3	3	5	5	5	4	3	5	33
329	5	5	5	5	4	5	4	5	38
330	5	5	5	5	4	5	5	4	38
331	4	4	4	5	4	3	5	4	33
332	4	4	4	4	4	5	3	5	33
333	5	3	4	5	4	4	5	4	34
334	5	4	4	5	4	4	5	5	36
335	5	5	5	5	4	4	5	5	38
336	4	5	4	4	5	4	4	5	35
337	5	5	5	5	5	5	5	5	40
338	4	5	5	5	5	5	4	4	37
339	4	5	5	5	5	5	5	5	39
340	5	4	5	4	5	4	5	5	37
341	5	4	4	3	5	4	5	4	34
342	4	5	5	5	5	4	5	5	38
343	4	4	5	5	4	4	4	5	35
344	5	4	4	3	5	4	5	5	35
345	3	4	4	4	4	4	5	5	33
346	5	3	4	3	3	5	5	4	32



Lampiran 5

Lampiran 5.1 Daftar T Tabel

DF = (N- K)	$\alpha =$ 0,05	$\alpha =$ 0,025
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035

DF = (N- K)	$\alpha =$ 0,05	$\alpha =$ 0,025
125	1,657	1,979
126	1,657	1,979
127	1,657	1,979
128	1,657	1,979
129	1,657	1,979
130	1,657	1,978
131	1,657	1,978
132	1,656	1,978
133	1,656	1,978
134	1,656	1,978
135	1,656	1,978
136	1,656	1,978
137	1,656	1,977
138	1,656	1,977
139	1,656	1,977
140	1,656	1,977
141	1,656	1,977
142	1,656	1,977
143	1,656	1,977
144	1,656	1,977
145	1,655	1,976
146	1,655	1,976
147	1,655	1,976
148	1,655	1,976
149	1,655	1,976
150	1,655	1,976
151	1,655	1,976
152	1,655	1,976
153	1,655	1,976
154	1,655	1,975
155	1,655	1,975
156	1,655	1,975
157	1,655	1,975

DF = (N- K)	$\alpha =$ 0,05	$\alpha =$ 0,025
249	1,651	1,970
250	1,651	1,969
251	1,651	1,969
252	1,651	1,969
253	1,651	1,969
254	1,651	1,969
255	1,651	1,969
256	1,651	1,969
257	1,651	1,969
258	1,651	1,969
259	1,651	1,969
260	1,651	1,969
261	1,651	1,969
262	1,651	1,969
263	1,651	1,969
264	1,651	1,969
265	1,651	1,969
266	1,651	1,969
267	1,651	1,969
268	1,651	1,969
269	1,651	1,969
270	1,651	1,969
271	1,650	1,969
272	1,650	1,969
273	1,650	1,969
274	1,650	1,969
275	1,650	1,969
276	1,650	1,969
277	1,650	1,969
278	1,650	1,969
279	1,650	1,969
280	1,650	1,968
281	1,650	1,968

34	1,691	2,032	158	1,655	1,975	282	1,650	1,968
35	1,690	2,030	159	1,654	1,975	283	1,650	1,968
36	1,688	2,028	160	1,654	1,975	284	1,650	1,968
37	1,687	2,026	161	1,654	1,975	285	1,650	1,968
38	1,686	2,024	162	1,654	1,975	286	1,650	1,968
39	1,685	2,023	163	1,654	1,975	287	1,650	1,968
40	1,684	2,021	164	1,654	1,975	288	1,650	1,968
41	1,683	2,020	165	1,654	1,974	289	1,650	1,968
42	1,682	2,018	166	1,654	1,974	290	1,650	1,968
43	1,681	2,017	167	1,654	1,974	291	1,650	1,968
44	1,680	2,015	168	1,654	1,974	292	1,650	1,968
45	1,679	2,014	169	1,654	1,974	293	1,650	1,968
46	1,679	2,013	170	1,654	1,974	294	1,650	1,968
47	1,678	2,012	171	1,654	1,974	295	1,650	1,968
48	1,677	2,011	172	1,654	1,974	296	1,650	1,968
49	1,677	2,010	173	1,654	1,974	297	1,650	1,968
50	1,676	2,009	174	1,654	1,974	298	1,650	1,968
51	1,675	2,008	175	1,654	1,974	299	1,650	1,968
52	1,675	2,007	176	1,654	1,974	300	1,650	1,968
53	1,674	2,006	177	1,654	1,973	301	1,650	1,968
54	1,674	2,005	178	1,653	1,973	302	1,650	1,968
55	1,673	2,004	179	1,653	1,973	303	1,650	1,968
56	1,673	2,003	180	1,653	1,973	304	1,650	1,968
57	1,672	2,002	181	1,653	1,973	305	1,650	1,968
58	1,672	2,002	182	1,653	1,973	306	1,650	1,968
59	1,671	2,001	183	1,653	1,973	307	1,650	1,968
60	1,671	2,000	184	1,653	1,973	308	1,650	1,968
61	1,670	2,000	185	1,653	1,973	309	1,650	1,968
62	1,670	1,999	186	1,653	1,973	310	1,650	1,968
63	1,669	1,998	187	1,653	1,973	311	1,650	1,968
64	1,669	1,998	188	1,653	1,973	312	1,650	1,968
65	1,669	1,997	189	1,653	1,973	313	1,650	1,968
66	1,668	1,997	190	1,653	1,973	314	1,650	1,968
67	1,668	1,996	191	1,653	1,972	315	1,650	1,968
68	1,668	1,995	192	1,653	1,972	316	1,650	1,967
69	1,667	1,995	193	1,653	1,972	317	1,650	1,967
70	1,667	1,994	194	1,653	1,972	318	1,650	1,967
71	1,667	1,994	195	1,653	1,972	319	1,650	1,967
72	1,666	1,993	196	1,653	1,972	320	1,650	1,967

73	1,666	1,993	197	1,653	1,972	321	1,650	1,967
74	1,666	1,993	198	1,653	1,972	322	1,650	1,967
75	1,665	1,992	199	1,653	1,972	323	1,650	1,967
76	1,665	1,992	200	1,653	1,972	324	1,650	1,967
77	1,665	1,991	201	1,652	1,972	325	1,650	1,967
78	1,665	1,991	202	1,652	1,972	326	1,650	1,967
79	1,664	1,990	203	1,652	1,972	327	1,650	1,967
80	1,664	1,990	204	1,652	1,972	328	1,650	1,967
81	1,664	1,990	205	1,652	1,972	329	1,649	1,967
82	1,664	1,989	206	1,652	1,972	330	1,649	1,967
83	1,663	1,989	207	1,652	1,971	331	1,649	1,967
84	1,663	1,989	208	1,652	1,971	332	1,649	1,967
85	1,663	1,988	209	1,652	1,971	333	1,649	1,967
86	1,663	1,988	210	1,652	1,971	334	1,649	1,967
87	1,663	1,988	211	1,652	1,971	335	1,649	1,967
88	1,662	1,987	212	1,652	1,971	336	1,649	1,967
89	1,662	1,987	213	1,652	1,971	337	1,649	1,967
90	1,662	1,987	214	1,652	1,971	338	1,649	1,967
91	1,662	1,986	215	1,652	1,971	339	1,649	1,967
92	1,662	1,986	216	1,652	1,971	340	1,649	1,967
93	1,661	1,986	217	1,652	1,971	341	1,649	1,967
94	1,661	1,986	218	1,652	1,971	342	1,649	1,967
95	1,661	1,985	219	1,652	1,971	343	1,649	1,967
96	1,661	1,985	220	1,652	1,971	344	1,649	1,967
97	1,661	1,985	221	1,652	1,971	345	1,649	1,967
98	1,661	1,984	222	1,652	1,971	346	1,649	1,967
99	1,660	1,984	223	1,652	1,971	347	1,649	1,967
100	1,660	1,984	224	1,652	1,971	348	1,649	1,967
101	1,660	1,984	225	1,652	1,971	349	1,649	1,967
102	1,660	1,983	226	1,652	1,971	350	1,649	1,967
103	1,660	1,983	227	1,652	1,970			
104	1,660	1,983	228	1,652	1,970			
105	1,659	1,983	229	1,652	1,970			
106	1,659	1,983	230	1,652	1,970			
107	1,659	1,982	231	1,651	1,970			
108	1,659	1,982	232	1,651	1,970			
109	1,659	1,982	233	1,651	1,970			
110	1,659	1,982	234	1,651	1,970			
111	1,659	1,982	235	1,651	1,970			

112	1,659	1,981	236	1,651	1,970
113	1,658	1,981	237	1,651	1,970
114	1,658	1,981	238	1,651	1,970
115	1,658	1,981	239	1,651	1,970
116	1,658	1,981	240	1,651	1,970
117	1,658	1,980	241	1,651	1,970
118	1,658	1,980	242	1,651	1,970
119	1,658	1,980	243	1,651	1,970
120	1,658	1,980	244	1,651	1,970
121	1,658	1,980	245	1,651	1,970
122	1,657	1,980	246	1,651	1,970
123	1,657	1,979	247	1,651	1,970
124	1,657	1,979	248	1,651	1,970

Lampiran 5.2 F Tabel

$\alpha =$ 0,05	DF = K-1					
DF2 = (N- K-1)	1	2	3	4	5	6
1	161,448	199,500	215,583	224,583	230,162	233,986
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661

19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263

58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195

97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191
101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304	2,190
102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303	2,189
103	3,933	3,085	2,693	2,460	2,303	2,188
104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302	2,187
105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301	2,186
106	3,931	3,082	2,690	2,457	2,300	2,185
107	3,930	3,081	2,689	2,457	2,299	2,184
108	3,929	3,080	2,689	2,456	2,298	2,184
109	3,928	3,080	2,688	2,455	2,298	2,183
110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297	2,182
111	3,927	3,078	2,686	2,453	2,296	2,181
112	3,926	3,077	2,686	2,453	2,295	2,181
113	3,925	3,077	2,685	2,452	2,295	2,180
114	3,924	3,076	2,684	2,451	2,294	2,179
115	3,924	3,075	2,683	2,451	2,293	2,178
116	3,923	3,074	2,683	2,450	2,293	2,178
117	3,922	3,074	2,682	2,449	2,292	2,177
118	3,921	3,073	2,681	2,449	2,291	2,176
119	3,921	3,072	2,681	2,448	2,290	2,176
120	3,920	3,072	2,680	2,447	2,290	2,175
121	3,919	3,071	2,680	2,447	2,289	2,174
122	3,919	3,071	2,679	2,446	2,289	2,174
123	3,918	3,070	2,678	2,445	2,288	2,173
124	3,918	3,069	2,678	2,445	2,287	2,173
125	3,917	3,069	2,677	2,444	2,287	2,172
126	3,916	3,068	2,677	2,444	2,286	2,171
127	3,916	3,068	2,676	2,443	2,286	2,171
128	3,915	3,067	2,675	2,442	2,285	2,170
129	3,915	3,066	2,675	2,442	2,284	2,170
130	3,914	3,066	2,674	2,441	2,284	2,169
131	3,913	3,065	2,674	2,441	2,283	2,168
132	3,913	3,065	2,673	2,440	2,283	2,168
133	3,912	3,064	2,673	2,440	2,282	2,167
134	3,912	3,064	2,672	2,439	2,282	2,167
135	3,911	3,063	2,672	2,439	2,281	2,166

136	3,911	3,063	2,671	2,438	2,281	2,166
137	3,910	3,062	2,671	2,438	2,280	2,165
138	3,910	3,062	2,670	2,437	2,280	2,165
139	3,909	3,061	2,670	2,437	2,279	2,164
140	3,909	3,061	2,669	2,436	2,279	2,164
141	3,908	3,060	2,669	2,436	2,278	2,163
142	3,908	3,060	2,668	2,435	2,278	2,163
143	3,907	3,059	2,668	2,435	2,277	2,163
144	3,907	3,059	2,667	2,435	2,277	2,162
145	3,906	3,058	2,667	2,434	2,277	2,162
146	3,906	3,058	2,667	2,434	2,276	2,161
147	3,905	3,058	2,666	2,433	2,276	2,161
148	3,905	3,057	2,666	2,433	2,275	2,160
149	3,905	3,057	2,665	2,432	2,275	2,160
150	3,904	3,056	2,665	2,432	2,274	2,160
151	3,904	3,056	2,665	2,432	2,274	2,159
152	3,903	3,056	2,664	2,431	2,274	2,159
153	3,903	3,055	2,664	2,431	2,273	2,158
154	3,903	3,055	2,663	2,430	2,273	2,158
155	3,902	3,054	2,663	2,430	2,273	2,158
156	3,902	3,054	2,663	2,430	2,272	2,157
157	3,901	3,054	2,662	2,429	2,272	2,157
158	3,901	3,053	2,662	2,429	2,271	2,156
159	3,901	3,053	2,661	2,429	2,271	2,156
160	3,900	3,053	2,661	2,428	2,271	2,156
161	3,900	3,052	2,661	2,428	2,270	2,155
162	3,900	3,052	2,660	2,427	2,270	2,155
163	3,899	3,051	2,660	2,427	2,270	2,155
164	3,899	3,051	2,660	2,427	2,269	2,154
165	3,898	3,051	2,659	2,426	2,269	2,154
166	3,898	3,050	2,659	2,426	2,269	2,154
167	3,898	3,050	2,659	2,426	2,268	2,153
168	3,897	3,050	2,658	2,425	2,268	2,153
169	3,897	3,049	2,658	2,425	2,268	2,153
170	3,897	3,049	2,658	2,425	2,267	2,152
171	3,896	3,049	2,657	2,425	2,267	2,152
172	3,896	3,049	2,657	2,424	2,267	2,152
173	3,896	3,048	2,657	2,424	2,266	2,151
174	3,895	3,048	2,657	2,424	2,266	2,151

175	3,895	3,048	2,656	2,423	2,266	2,151
176	3,895	3,047	2,656	2,423	2,265	2,150
177	3,895	3,047	2,656	2,423	2,265	2,150
178	3,894	3,047	2,655	2,422	2,265	2,150
179	3,894	3,046	2,655	2,422	2,265	2,150
180	3,894	3,046	2,655	2,422	2,264	2,149
181	3,893	3,046	2,655	2,422	2,264	2,149
182	3,893	3,046	2,654	2,421	2,264	2,149
183	3,893	3,045	2,654	2,421	2,263	2,148
184	3,892	3,045	2,654	2,421	2,263	2,148
185	3,892	3,045	2,653	2,420	2,263	2,148
186	3,892	3,045	2,653	2,420	2,263	2,148
187	3,892	3,044	2,653	2,420	2,262	2,147
188	3,891	3,044	2,653	2,420	2,262	2,147
189	3,891	3,044	2,652	2,419	2,262	2,147
190	3,891	3,043	2,652	2,419	2,262	2,147
191	3,891	3,043	2,652	2,419	2,261	2,146
192	3,890	3,043	2,652	2,419	2,261	2,146
193	3,890	3,043	2,651	2,418	2,261	2,146
194	3,890	3,042	2,651	2,418	2,261	2,146
195	3,890	3,042	2,651	2,418	2,260	2,145
196	3,889	3,042	2,651	2,418	2,260	2,145
197	3,889	3,042	2,650	2,417	2,260	2,145
198	3,889	3,042	2,650	2,417	2,260	2,145
199	3,889	3,041	2,650	2,417	2,259	2,144
200	3,888	3,041	2,650	2,417	2,259	2,144
201	3,888	3,041	2,650	2,417	2,259	2,144
202	3,888	3,041	2,649	2,416	2,259	2,144
203	3,888	3,040	2,649	2,416	2,259	2,143
204	3,887	3,040	2,649	2,416	2,258	2,143
205	3,887	3,040	2,649	2,416	2,258	2,143
206	3,887	3,040	2,648	2,415	2,258	2,143
207	3,887	3,040	2,648	2,415	2,258	2,143
208	3,887	3,039	2,648	2,415	2,257	2,142
209	3,886	3,039	2,648	2,415	2,257	2,142
210	3,886	3,039	2,648	2,415	2,257	2,142
211	3,886	3,039	2,647	2,414	2,257	2,142
212	3,886	3,038	2,647	2,414	2,257	2,142
213	3,885	3,038	2,647	2,414	2,256	2,141

214	3,885	3,038	2,647	2,414	2,256	2,141
215	3,885	3,038	2,647	2,414	2,256	2,141
216	3,885	3,038	2,646	2,413	2,256	2,141
217	3,885	3,037	2,646	2,413	2,256	2,141
218	3,884	3,037	2,646	2,413	2,255	2,140
219	3,884	3,037	2,646	2,413	2,255	2,140
220	3,884	3,037	2,646	2,413	2,255	2,140
221	3,884	3,037	2,645	2,412	2,255	2,140
222	3,884	3,037	2,645	2,412	2,255	2,140
223	3,883	3,036	2,645	2,412	2,255	2,139
224	3,883	3,036	2,645	2,412	2,254	2,139
225	3,883	3,036	2,645	2,412	2,254	2,139
226	3,883	3,036	2,645	2,412	2,254	2,139
227	3,883	3,036	2,644	2,411	2,254	2,139
228	3,883	3,035	2,644	2,411	2,254	2,138
229	3,882	3,035	2,644	2,411	2,253	2,138
230	3,882	3,035	2,644	2,411	2,253	2,138
231	3,882	3,035	2,644	2,411	2,253	2,138
232	3,882	3,035	2,644	2,411	2,253	2,138
233	3,882	3,035	2,643	2,410	2,253	2,138
234	3,882	3,034	2,643	2,410	2,253	2,137
235	3,881	3,034	2,643	2,410	2,252	2,137
236	3,881	3,034	2,643	2,410	2,252	2,137
237	3,881	3,034	2,643	2,410	2,252	2,137
238	3,881	3,034	2,643	2,410	2,252	2,137
239	3,881	3,034	2,642	2,409	2,252	2,137
240	3,880	3,033	2,642	2,409	2,252	2,136
241	3,880	3,033	2,642	2,409	2,251	2,136
242	3,880	3,033	2,642	2,409	2,251	2,136
243	3,880	3,033	2,642	2,409	2,251	2,136
244	3,880	3,033	2,642	2,409	2,251	2,136
245	3,880	3,033	2,641	2,408	2,251	2,136
246	3,880	3,033	2,641	2,408	2,251	2,136
247	3,879	3,032	2,641	2,408	2,251	2,135
248	3,879	3,032	2,641	2,408	2,250	2,135
249	3,879	3,032	2,641	2,408	2,250	2,135
250	3,879	3,032	2,641	2,408	2,250	2,135
251	3,879	3,032	2,641	2,408	2,250	2,135
252	3,879	3,032	2,640	2,407	2,250	2,135

253	3,878	3,031	2,640	2,407	2,250	2,135
254	3,878	3,031	2,640	2,407	2,250	2,134
255	3,878	3,031	2,640	2,407	2,249	2,134
256	3,878	3,031	2,640	2,407	2,249	2,134
257	3,878	3,031	2,640	2,407	2,249	2,134
258	3,878	3,031	2,640	2,407	2,249	2,134
259	3,878	3,031	2,639	2,406	2,249	2,134
260	3,877	3,031	2,639	2,406	2,249	2,134
261	3,877	3,030	2,639	2,406	2,249	2,133
262	3,877	3,030	2,639	2,406	2,248	2,133
263	3,877	3,030	2,639	2,406	2,248	2,133
264	3,877	3,030	2,639	2,406	2,248	2,133
265	3,877	3,030	2,639	2,406	2,248	2,133
266	3,877	3,030	2,639	2,406	2,248	2,133
267	3,877	3,030	2,638	2,405	2,248	2,133
268	3,876	3,029	2,638	2,405	2,248	2,132
269	3,876	3,029	2,638	2,405	2,248	2,132
270	3,876	3,029	2,638	2,405	2,247	2,132
271	3,876	3,029	2,638	2,405	2,247	2,132
272	3,876	3,029	2,638	2,405	2,247	2,132
273	3,876	3,029	2,638	2,405	2,247	2,132
274	3,876	3,029	2,638	2,405	2,247	2,132
275	3,875	3,029	2,637	2,404	2,247	2,132
276	3,875	3,028	2,637	2,404	2,247	2,132
277	3,875	3,028	2,637	2,404	2,247	2,131
278	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
279	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
280	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
281	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
282	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
283	3,875	3,028	2,637	2,404	2,246	2,131
284	3,874	3,028	2,636	2,403	2,246	2,131
285	3,874	3,027	2,636	2,403	2,246	2,130
286	3,874	3,027	2,636	2,403	2,246	2,130
287	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130
288	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130
289	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130
290	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130
291	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130

292	3,874	3,027	2,636	2,403	2,245	2,130
293	3,873	3,027	2,635	2,402	2,245	2,130
294	3,873	3,026	2,635	2,402	2,245	2,129
295	3,873	3,026	2,635	2,402	2,245	2,129
296	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
297	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
298	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
299	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
300	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
301	3,873	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
302	3,872	3,026	2,635	2,402	2,244	2,129
303	3,872	3,026	2,634	2,401	2,244	2,129
304	3,872	3,025	2,634	2,401	2,244	2,128
305	3,872	3,025	2,634	2,401	2,244	2,128
306	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
307	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
308	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
309	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
310	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
311	3,872	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
312	3,871	3,025	2,634	2,401	2,243	2,128
313	3,871	3,025	2,633	2,400	2,243	2,128
314	3,871	3,024	2,633	2,400	2,243	2,127
315	3,871	3,024	2,633	2,400	2,243	2,127
316	3,871	3,024	2,633	2,400	2,243	2,127
317	3,871	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
318	3,871	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
319	3,871	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
320	3,871	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
321	3,871	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
322	3,870	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
323	3,870	3,024	2,633	2,400	2,242	2,127
324	3,870	3,024	2,632	2,400	2,242	2,127
325	3,870	3,024	2,632	2,399	2,242	2,127
326	3,870	3,023	2,632	2,399	2,242	2,126
327	3,870	3,023	2,632	2,399	2,242	2,126
328	3,870	3,023	2,632	2,399	2,242	2,126
329	3,870	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
330	3,870	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126

331	3,870	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
332	3,870	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
333	3,870	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
334	3,869	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
335	3,869	3,023	2,632	2,399	2,241	2,126
336	3,869	3,023	2,631	2,399	2,241	2,126
337	3,869	3,023	2,631	2,398	2,241	2,126
338	3,869	3,022	2,631	2,398	2,241	2,125
339	3,869	3,022	2,631	2,398	2,241	2,125
340	3,869	3,022	2,631	2,398	2,241	2,125
341	3,869	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
342	3,869	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
343	3,869	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
344	3,869	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
345	3,869	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
346	3,868	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
347	3,868	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
348	3,868	3,022	2,631	2,398	2,240	2,125
349	3,868	3,022	2,630	2,398	2,240	2,125
350	3,868	3,022	2,630	2,397	2,240	2,125

Lampiran 5.3 R Tabel

DF = (N-2)	0,05	0,01	DF = (N-2)	0,05	0,01	DF = (N-2)	0,05	0,01
1	0,9969	0,9999	120	0,1779	0,2324	239	0,1264	0,1656
2	0,9500	0,9900	121	0,1771	0,2315	240	0,1261	0,1653
3	0,8783	0,9587	122	0,1764	0,2305	241	0,1259	0,1650
4	0,8114	0,9172	123	0,1757	0,2296	242	0,1256	0,1646
5	0,7545	0,8745	124	0,1750	0,2287	243	0,1254	0,1643
6	0,7067	0,8343	125	0,1743	0,2278	244	0,1251	0,1640
7	0,6664	0,7977	126	0,1736	0,2269	245	0,1249	0,1636
8	0,6319	0,7646	127	0,1729	0,2260	246	0,1246	0,1633
9	0,6021	0,7348	128	0,1723	0,2252	247	0,1244	0,1630
10	0,5760	0,7079	129	0,1716	0,2243	248	0,1241	0,1626
11	0,5529	0,6835	130	0,1710	0,2235	249	0,1239	0,1623
12	0,5324	0,6614	131	0,1703	0,2226	250	0,1236	0,1620
13	0,5140	0,6411	132	0,1697	0,2218	251	0,1234	0,1617

14	0,4973	0,6226	133	0,1690	0,2210	252	0,1231	0,1614
15	0,4821	0,6055	134	0,1684	0,2202	253	0,1229	0,1610
16	0,4683	0,5897	135	0,1678	0,2194	254	0,1226	0,1607
17	0,4555	0,5751	136	0,1672	0,2186	255	0,1224	0,1604
18	0,4438	0,5614	137	0,1666	0,2178	256	0,1222	0,1601
19	0,4329	0,5487	138	0,1660	0,2170	257	0,1219	0,1598
20	0,4227	0,5368	139	0,1654	0,2163	258	0,1217	0,1595
21	0,4132	0,5256	140	0,1648	0,2155	259	0,1215	0,1592
22	0,4044	0,5151	141	0,1642	0,2148	260	0,1212	0,1589
23	0,3961	0,5052	142	0,1637	0,2140	261	0,1210	0,1586
24	0,3882	0,4958	143	0,1631	0,2133	262	0,1208	0,1583
25	0,3809	0,4869	144	0,1625	0,2126	263	0,1205	0,1580
26	0,3739	0,4785	145	0,1620	0,2118	264	0,1203	0,1577
27	0,3673	0,4705	146	0,1614	0,2111	265	0,1201	0,1574
28	0,3610	0,4629	147	0,1609	0,2104	266	0,1199	0,1571
29	0,3550	0,4556	148	0,1603	0,2097	267	0,1196	0,1568
30	0,3494	0,4487	149	0,1598	0,2090	268	0,1194	0,1565
31	0,3440	0,4421	150	0,1593	0,2083	269	0,1192	0,1562
32	0,3388	0,4357	151	0,1587	0,2077	270	0,1190	0,1559
33	0,3338	0,4296	152	0,1582	0,2070	271	0,1187	0,1557
34	0,3291	0,4238	153	0,1577	0,2063	272	0,1185	0,1554
35	0,3246	0,4182	154	0,1572	0,2057	273	0,1183	0,1551
36	0,3202	0,4128	155	0,1567	0,2050	274	0,1181	0,1548
37	0,3160	0,4076	156	0,1562	0,2044	275	0,1179	0,1545
38	0,3120	0,4026	157	0,1557	0,2037	276	0,1177	0,1543
39	0,3081	0,3978	158	0,1552	0,2031	277	0,1175	0,1540
40	0,3044	0,3932	159	0,1547	0,2025	278	0,1173	0,1537
41	0,3008	0,3887	160	0,1543	0,2019	279	0,1170	0,1534
42	0,2973	0,3843	161	0,1538	0,2012	280	0,1168	0,1532
43	0,2940	0,3801	162	0,1533	0,2006	281	0,1166	0,1529
44	0,2907	0,3761	163	0,1528	0,2000	282	0,1164	0,1526
45	0,2876	0,3721	164	0,1524	0,1994	283	0,1162	0,1524
46	0,2845	0,3683	165	0,1519	0,1988	284	0,1160	0,1521
47	0,2816	0,3646	166	0,1515	0,1982	285	0,1158	0,1518
48	0,2787	0,3610	167	0,1510	0,1976	286	0,1156	0,1516
49	0,2759	0,3575	168	0,1506	0,1971	287	0,1154	0,1513
50	0,2732	0,3542	169	0,1501	0,1965	288	0,1152	0,1510
51	0,2706	0,3509	170	0,1497	0,1959	289	0,1150	0,1508
52	0,2681	0,3477	171	0,1493	0,1954	290	0,1148	0,1505

53	0,2656	0,3445	172	0,1488	0,1948	291	0,1146	0,1503
54	0,2632	0,3415	173	0,1484	0,1942	292	0,1144	0,1500
55	0,2609	0,3385	174	0,1480	0,1937	293	0,1142	0,1498
56	0,2586	0,3357	175	0,1476	0,1932	294	0,1140	0,1495
57	0,2564	0,3328	176	0,1471	0,1926	295	0,1138	0,1493
58	0,2542	0,3301	177	0,1467	0,1921	296	0,1136	0,1490
59	0,2521	0,3274	178	0,1463	0,1915	297	0,1135	0,1488
60	0,2500	0,3248	179	0,1459	0,1910	298	0,1133	0,1485
61	0,2480	0,3223	180	0,1455	0,1905	299	0,1131	0,1483
62	0,2461	0,3198	181	0,1451	0,1900	300	0,1129	0,1480
63	0,2441	0,3173	182	0,1447	0,1895	301	0,1127	0,1478
64	0,2423	0,3150	183	0,1443	0,1890	302	0,1125	0,1475
65	0,2404	0,3126	184	0,1439	0,1884	303	0,1123	0,1473
66	0,2387	0,3104	185	0,1435	0,1879	304	0,1121	0,1471
67	0,2369	0,3081	186	0,1432	0,1874	305	0,1120	0,1468
68	0,2352	0,3060	187	0,1428	0,1869	306	0,1118	0,1466
69	0,2335	0,3038	188	0,1424	0,1865	307	0,1116	0,1463
70	0,2319	0,3017	189	0,1420	0,1860	308	0,1114	0,1461
71	0,2303	0,2997	190	0,1417	0,1855	309	0,1112	0,1459
72	0,2287	0,2977	191	0,1413	0,1850	310	0,1111	0,1456
73	0,2272	0,2957	192	0,1409	0,1845	311	0,1109	0,1454
74	0,2257	0,2938	193	0,1406	0,1841	312	0,1107	0,1452
75	0,2242	0,2919	194	0,1402	0,1836	313	0,1105	0,1449
76	0,2227	0,2900	195	0,1398	0,1831	314	0,1104	0,1447
77	0,2213	0,2882	196	0,1395	0,1827	315	0,1102	0,1445
78	0,2199	0,2864	197	0,1391	0,1822	316	0,1100	0,1443
79	0,2185	0,2847	198	0,1388	0,1818	317	0,1098	0,1440
80	0,2172	0,2830	199	0,1384	0,1813	318	0,1097	0,1438
81	0,2159	0,2813	200	0,1381	0,1809	319	0,1095	0,1436
82	0,2146	0,2796	201	0,1378	0,1804	320	0,1093	0,1434
83	0,2133	0,2780	202	0,1374	0,1800	321	0,1092	0,1431
84	0,2120	0,2764	203	0,1371	0,1795	322	0,1090	0,1429
85	0,2108	0,2748	204	0,1367	0,1791	323	0,1088	0,1427
86	0,2096	0,2732	205	0,1364	0,1787	324	0,1086	0,1425
87	0,2084	0,2717	206	0,1361	0,1782	325	0,1085	0,1423
88	0,2072	0,2702	207	0,1358	0,1778	326	0,1083	0,1420
89	0,2061	0,2687	208	0,1354	0,1774	327	0,1082	0,1418
90	0,2050	0,2673	209	0,1351	0,1770	328	0,1080	0,1416
91	0,2039	0,2659	210	0,1348	0,1766	329	0,1078	0,1414

92	0,2028	0,2645	211	0,1345	0,1761	330	0,1077	0,1412
93	0,2017	0,2631	212	0,1342	0,1757	331	0,1075	0,1410
94	0,2006	0,2617	213	0,1338	0,1753	332	0,1073	0,1408
95	0,1996	0,2604	214	0,1335	0,1749	333	0,1072	0,1406
96	0,1986	0,2591	215	0,1332	0,1745	334	0,1070	0,1403
97	0,1975	0,2578	216	0,1329	0,1741	335	0,1069	0,1401
98	0,1966	0,2565	217	0,1326	0,1737	336	0,1067	0,1399
99	0,1956	0,2552	218	0,1323	0,1733	337	0,1065	0,1397
100	0,1946	0,2540	219	0,1320	0,1729	338	0,1064	0,1395
101	0,1937	0,2528	220	0,1317	0,1726	339	0,1062	0,1393
102	0,1927	0,2515	221	0,1314	0,1722	340	0,1061	0,1391
103	0,1918	0,2504	222	0,1311	0,1718	341	0,1059	0,1389
104	0,1909	0,2492	223	0,1308	0,1714	342	0,1058	0,1387
105	0,1900	0,2480	224	0,1305	0,1710	343	0,1056	0,1385
106	0,1891	0,2469	225	0,1303	0,1707	344	0,1055	0,1383
107	0,1882	0,2458	226	0,1300	0,1703	345	0,1053	0,1381
108	0,1874	0,2446	227	0,1297	0,1699	346	0,1052	0,1379
109	0,1865	0,2436	228	0,1294	0,1695	347	0,1050	0,1377
110	0,1857	0,2425	229	0,1291	0,1692	348	0,1049	0,1375
111	0,1848	0,2414	230	0,1288	0,1688	349	0,1047	0,1373
112	0,1840	0,2403	231	0,1286	0,1684	350	0,1046	0,1371
113	0,1832	0,2393	232	0,1283	0,1681			
114	0,1824	0,2383	233	0,1280	0,1677			
115	0,1816	0,2373	234	0,1277	0,1674			
116	0,1809	0,2363	235	0,1275	0,1670			
117	0,1801	0,2353	236	0,1272	0,1667			
118	0,1793	0,2343	237	0,1269	0,1663			
119	0,1786	0,2333	238	0,1267	0,1660			

Lampiran 6

Lampiran 6.1 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X1

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	EMONEY
X1.1	Pearson Correlation	1	.592"	.553"	.595"	.643"	.546"	.793"
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
X1.2	Pearson Correlation	.592"	1	.703"	.624"	.544"	.522"	.803"
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
X1.3	Pearson Correlation	.553"	.703"	1	.706"	.597"	.637"	.848"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
X1.4	Pearson Correlation	.595"	.624"	.706"	1	.624"	.624"	.849"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
X1.5	Pearson Correlation	.643"	.544"	.597"	.624"	1	.701"	.831"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
X1.6	Pearson Correlation	.546"	.522"	.637"	.624"	.701"	1	.817"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	346	346	346	346	346	346	346
EMONEY	Pearson Correlation	.793"	.803"	.848"	.849"	.831"	.817"	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	346	346	346	346	346	346	346

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

Hasil Uji Validitas X2

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TRANSAKSINONTUNAI
X2.1	Pearson Correlation	1	.679"	.560"	.624"	.430"	.373"	.608"	.533"	.757"
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.2	Pearson Correlation	.679"	1	.589"	.542"	.494"	.442"	.638"	.534"	.780"
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.3	Pearson Correlation	.560"	.589"	1	.635"	.551"	.594"	.629"	.631"	.831"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.4	Pearson Correlation	.624"	.542"	.635"	1	.498"	.499"	.611"	.547"	.788"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.5	Pearson Correlation	.430"	.494"	.551"	.498"	1	.548"	.534"	.560"	.746"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.6	Pearson Correlation	.373"	.442"	.594"	.499"	.548"	1	.560"	.531"	.737"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.7	Pearson Correlation	.608"	.638"	.629"	.611"	.534"	.560"	1	.664"	.831"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X2.8	Pearson Correlation	.533"	.534"	.631"	.547"	.560"	.531"	.664"	1	.796"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
TRANSAKSINONTUNAI	Pearson Correlation	.757"	.780"	.831"	.788"	.746"	.737"	.831"	.796"	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346

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

Hasil Uji Validitas X3

Correlations										
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	PROMOSI
X3.1	Pearson Correlation	1	.493**	.435**	.543**	.379**	.339**	.387**	.410**	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.2	Pearson Correlation	.493**	1	.659**	.521**	.436**	.418**	.513**	.411**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.3	Pearson Correlation	.435**	.659**	1	.571**	.407**	.362**	.469**	.434**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.4	Pearson Correlation	.543**	.521**	.571**	1	.489**	.460**	.470**	.455**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.5	Pearson Correlation	.379**	.436**	.407**	.489**	1	.708**	.567**	.540**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.6	Pearson Correlation	.339**	.418**	.362**	.460**	.708**	1	.557**	.484**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.7	Pearson Correlation	.387**	.513**	.469**	.470**	.567**	.557**	1	.624**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
X3.8	Pearson Correlation	.410**	.411**	.434**	.455**	.540**	.484**	.624**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
PROMOSI	Pearson Correlation	.676**	.773**	.751**	.759**	.750**	.713**	.768**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346

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



Hasil Uji Validitas Y

Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	PERILAKUKONSUMTIF
Y1	Pearson Correlation	1	.583**	.356**	.576**	.339**	.447**	.402**	.469**	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y2	Pearson Correlation	.583**	1	.582**	.431**	.584**	.570**	.534**	.405**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y3	Pearson Correlation	.356**	.582**	1	.313**	.794**	.716**	.685**	.344**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y4	Pearson Correlation	.576**	.431**	.313**	1	.341**	.437**	.389**	.566**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y5	Pearson Correlation	.339**	.584**	.794**	.341**	1	.782**	.741**	.414**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y6	Pearson Correlation	.447**	.570**	.716**	.437**	.782**	1	.692**	.421**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y7	Pearson Correlation	.402**	.534**	.685**	.389**	.741**	.692**	1	.441**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
Y8	Pearson Correlation	.469**	.405**	.344**	.566**	.414**	.421**	.441**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346
PERILAKUKONSUMTIF	Pearson Correlation	.656**	.769**	.819**	.631**	.851**	.850**	.826**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	346	346	346	346	346	346	346	346	346

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

Lampiran 6.2 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	8

Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	8

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	8

Lampiran 6.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		346
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.74344051
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.051
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		1.216
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.687	2.016		2.324	.021		
	EMONEY	-.522	.131	-.312	-3.975	.000	.289	3.466
	TRANSAKSINONTUNAI	.390	.100	.319	3.885	.000	.264	3.793
	PROMOSI	.759	.074	.584	10.262	.000	.547	1.829

a. Dependent Variable: PERILAKUKONSUMTIF

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.829	1.211		4.813	.000
	EMONEY	.003	.079	.004	.041	.968
	TRANSAKSINONTUNAI	-.026	.060	-.045	-.432	.666
	PROMOSI	-.015	.044	-.024	-.327	.744

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 6.4 Uji T (Parsial)

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.687	2.016		2.324	.021
	EMONEY	-.522	.131	-.312	-3.975	.000
	TRANSAKSINONTUNAI	.390	.100	.319	3.885	.000
	PROMOSI	.759	.074	.584	10.262	.000

a. Dependent Variable: PERILAKUKONSUMTIF

Lampiran 6.5 Uji F (Simultan)

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7395.901	3	2465.300	74.085	.000 ^a
	Residual	11380.553	342	33.276		
	Total	18776.454	345			

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, EMONEY, TRANSAKSINONTUNAI

b. Dependent Variable: PERILAKUKONSUMTIF

Lampiran 6.6 Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Hasil Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.389	5.76858

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, EMONEY, TRANSAKSINONTUNAI

Lampiran 7 Sertifikat Penting

Lampiran 7.1 Sertifikat KKN



Lampiran 7.2 Sertifikat PPL



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

SERTIFIKAT

Nomor: B-1628/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

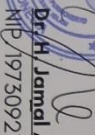
NAMA : NADIA NUNGKI WIBOWO
NIM : 214110202211
Prodi : PERBANKAN SYARIAH

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2024 mulai bulan Juli 2024 sampai dengan Agustus 2024 dan dinyatakan lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munqasyah/Skripsi.

Purwokerto, 20 September 2024

Menggetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Yez Shofwa Shaftrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027



Lampiran 7.3 Sertifikat BTA PPI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
UPT MA'HAD AL-JAM'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp: 0281-635624, 628250 | www.uinsu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: Un.17/UPT.MAJ/4073/07/2023

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jam'ah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri kepada:

NADIA NUNGKI WIBOWO
(NIM: 214110202211)

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

Tulis	: 70
Tartil	: 80
Imta'	: 90
Praktek	: 70
Tahfidz	: 90



ValidationCode

Lampiran 7.4 Sertifikat Bahasa Arab

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESSOR KHAI SAIFUDDIN ZUHRI PURNOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 60A Purnokerto, Jember Tengah, Indonesia | www.uin-sukoharjo.ac.id | www.bahasa.uin-sukoharjo.ac.id | +62 (291) 638624

وزارة الشؤون الدينية لمهورية اندونيسيا
 جامعة الامامة كحوي طابع سبيل الذر زعموي الاسلاميا لمكرمة جندركو
 وحدة تنمية اللغة
 Jl. Jend. A. Yani No. 60A Purnokerto, Jember Tengah, Indonesia | www.uin-sukoharjo.ac.id | www.bahasa.uin-sukoharjo.ac.id | +62 (291) 638624



CERTIFICATE
 الشهادة

No.D-1166/Un.19/K.Bhs/PP.008/7/2022

This is to certify that
Name :
Place and Date of Birth :
Has taken :
with Computer Based Test,
organized by Language Development Unit on :
with obtained result as follows :

Listening Comprehension: 49 **Structure and Written Expression: 51** **Reading Comprehension: 47**

Obtained Score : **490**

The test was held in UIN Professor Khai Hagi Saifuddin Zuhri Purnokerto.

مبحث الى
 الاسم
 محل وتاريخ الميلاد
 وقد عاينت الاختبار
 على اساس الكمبيوتر
 التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ :
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

فهم السمع : 49 فهم البنية والكتابة : 51 فهم المقروء : 47

تم إجراء الاختبار بعمدة الامانة كحوي طابع سبيل الذر زعموي الاسلاميا لمكرمة جندركو

Purnokerto, 22 Juli 2022
The Head of Language Development Unit,
 رتبة الامانة : اللغة

R. M. Mublihan, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001

Purnokerto, 22 Juli 2022
The Head of Language Development Unit,
 رتبة الامانة : اللغة

R. M. Mublihan, S.S., M.Pd.
NIP.19720923 200003 2 001



ST/19/2022
 English Proficiency Test of UIN Purnokerto

GLA
 Institute of Graduate and Postgraduate Studies

Lampiran 7.5 Sertifikat Bahasa Inggris



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESSOR KH. HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinmaten.ac.id | www.bahasa.uinmaten.ac.id | +62 (281) 637634

الجمهورية الإسلامية
وزارة الشؤون الدينية
جامعة الإسلامية
وحدة تنمية اللغة

CERTIFICATE
الشهادة

No. B-027/Un/19/K.Bhs/PP.009/II/2022
 NADIA NINGSKI WIHOWO :
 Banjarnegara, 31 Oktober 2002 :
 EPTUS :
 02 Agustus 2021 :

This is to certify that
 Name :
 Place and Date of Birth :
 Has taken
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on :
 with obtained result as follows :

Listening Comprehension: 48
 Structure and Written Expression: 40
 Reading Comprehension: 57
 فهم السمع : 48
 فهم المقروء : 57
 فهم التعبير والتركيب : 40

The test was held in UIN Professor Khatulistiwa Saifuddin Zuhri Purwokerto.
 تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ سيد الطنج كياتي في الحرم الإسلامي الحكومية بـ 02 أغسطس 2021

Purwokerto, 07 Februari 2022
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتنمية اللغة

Dr. Ade Ruswale, M. Pd.
 NIP. 19860704 201503 2 004

EPTUS
 English Proficiency Test of UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
 UIN
 Institute of Quran and Language Analysis

Lampiran 7.6 SKL Seminar Proposal



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: febi.uinsaiu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1835/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Nadia Nungki Wibowo
NIM : 214110202211
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
Judul : Pengaruh Penggunaan E-money, Transaksi Non-Tunai dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Pada tanggal 4 November 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

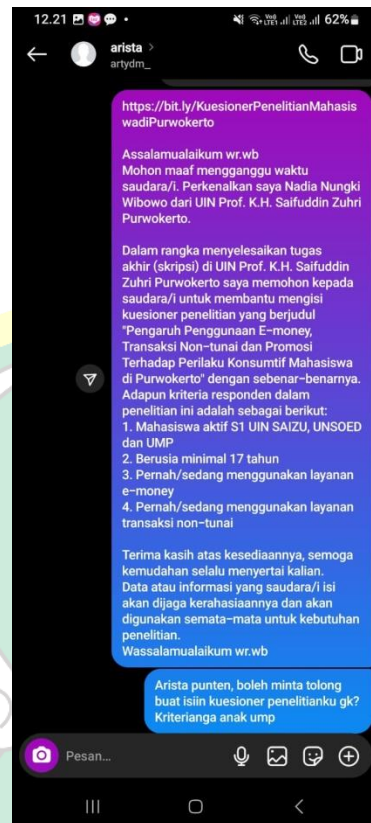
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 November 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

K.H. SAIFUDDIN Z

Lampiran 8 Bukti Penyebaran Kuesioner dan Wawancara



Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

Nama : Nadia Nungki Wibowo
NIM : 214110202211
Tempat/ Tanggal Lahir : Banjarnegara, 31 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Yono
Nama Ibu : Jamilah
Alamat : Purwodadi, Rt 03 Rw 01, Karangkobar, Banjarnegara
No. Hp : 0895324602928
Email : nadianungkiwibowo@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD N 2 Purwodadi
SMP : SMP N 1 Karangkobar
SMA : SMA N 1 Karangkobar
Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
(Dalam Proses) Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Departemen Ekonomi dan Kewirausahaan HMJ Perbankan Syariah 2022/2023
2. Sekretaris HMPS Perbankan Syariah 2023/2024
3. Koordinator Wacana Keilmuan, Komunitas Marketing Perbankan Syariah 2023/2024
4. Staff Islamic Bank in Laboratory 2023

Purwokerto, 22 April 2025

Nadia Nungki Wibowo