

**PENGARUH RELIGIOSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER
DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERATING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

RISTYA AULIA ASMARANI

NIM 4119188

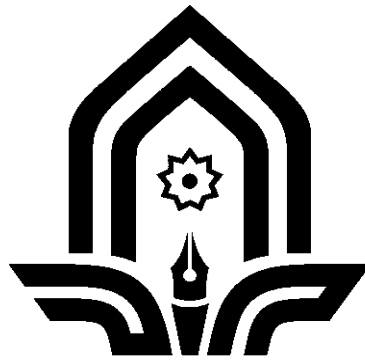
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH RELIGIOSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER
DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERATING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

RISTYA AULIA ASMARANI

NIM 4119188

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ristya Aulia Asmarani

NIM : 4119188

Judul Skripsi : **Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 7 Desember 2023

Yang menyatakan,



Ristya Aulia Asmarani

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ristya Aulia Asmarani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Ristya Aulia Asmarani

NIM : 4119188

Judul Skripsi : **Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 7 Desember 2023

Pembimbing,



M. Arif Kurniawan, M.M.

NIP. 19860618 202012 1 007



PENGESAHAN

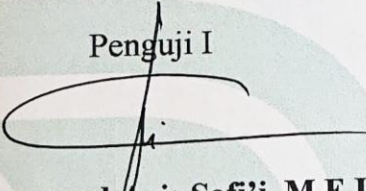
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Ristya Aulia Asmarani**
NIM : **4119188**
Judul Skripsi : **Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **M. Arif Kurniawan, M.M.**

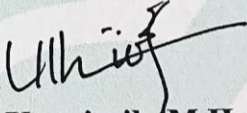
Telah diujikan pada 18 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

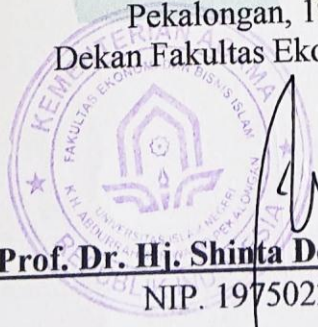
Penguji I


Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 19851012 201503 1 004

Penguji II


Ulfa Kurniasih, M.Hum
NIP. 19931001 202012 2 027

Pekalongan, 19 Desember 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Allah SWT. tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Whatever you are, be a good one.”

-Abraham Lincoln

“The words you speak become the house you live in”

-Hafiz



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penulis mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non meteril dari berbagai pihak. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis tercinta Bapak Suharto dan Ibu Sukartini yang telah memberikan banyak dukungan do'a dan motivasi terhadap penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini serta kakak saya Alm. Gilang Wahyu Nurohman, terima kasih telah menjadi saudara yang baik untuk saya, doa saya selalu ada bersamamu.
2. Segenap keluarga besar penulis, tiada kesuksesan tanpa dukungan do'a yang selalu terpanjatkan.
3. Bapak M. Arif Kurniawan, M.M. selaku dosen pembimbing atas segala arahan dan bimbingannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Terimakasih kepada teman-teman dekat saya yang banyak memberikan dukungan, saran serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 yang memberikan dukungan dan kerjasama selama perkuliahan sampai dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

RISTYA AULIA ASMARANI. Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Perilaku konsumtif yakni kecondongan seseorang dalam mengonsumsi tanpa batas, membeli sesuatu secara berlebihan atau tidak terencana. Hal ini belum bisa diimbangi dengan kemampuan finansial masyarakat sehingga muncul sistem layanan paylater untuk pengajuan cicilan. Perilaku seseorang dalam mengonsumsi sesuatu bisa dipengaruhi oleh banyak faktor yaitu religiusitas, gaya hidup, dan kontrol diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater dan menjelaskan bahwa kontrol diri memperkuat atau memperlemah hubungan religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan riset di lapangan. Sampel penelitian ini sebanyak 96 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pengguna shopee paylater yang diperoleh berdasarkan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji regresi moderasi dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Kontrol diri memperlemah hubungan religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater dan kontrol diri memperkuat hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R square* sebesar 0,431. Hal ini berarti bahwa variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel religiositas dan gaya hidup dengan kontrol diri sebagai variabel moderating sebesar 43,1% sementara sisanya sebesar 56,9% dijelaskan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata Kunci: Religiositas, Gaya Hidup, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, dan Shopee Paylater

ABSTRACT

RISTYA AULIA ASMARANI. *The Influence of Religiosity and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Shopee Paylater Users with Self Control as a Moderating Variable (Study on Students of the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).*

Consumptive behavior is a person's tendency to consume without limits, buying things excessively or unplanned. This has not been able to be balanced with the financial capabilities of the community, so a paylater service system has emerged for submitting installments. A person's behavior in consuming something can be influenced by many factors, namely religiosity, lifestyle and self-control. The aim of this research is to explain the influence of religiosity and lifestyle on the consumptive behavior of Shopee Paylater and explain that self-control strengthens or weakens the relationship of religiosity and lifestyle on the consumptive behavior of Shopee Paylater users among students at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

This research is a type of quantitative research with field research. The sample for this research was 96 active students from the FEBI, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan shopee paylater user obtained based on purposive sampling technique. The data analysis methods used in this research include instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression testing, moderated regression testing and hypothesis testing with the help of the SPSS 26 application.

The results of this study show that religiosity has no effect on the consumptive behavior of Shopee Paylater users and lifestyle influences the consumptive behavior of Shopee Paylater users. Self control weakens the relationship between religiosity and the consumptive behavior of Shopee Paylater users and self control strengthens the relationship between lifestyle and the consumptive behavior of Shopee Paylater users. Based on the results of the coefficient of determination test, an R square value of 0,431 was obtained. This means that the consumer behavior variable can be explained by the religiosity and lifestyle variables with self-control as a moderating variable amounting to 43,1% while the remaining 56,9% is explained by other variables not included in the research.

Keywords: Religiosity, Lifestyle, Self Control, Consumptive Behavior, and Shopee Paylater

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan I bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta jajaran Wakil Dekan II dan III
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak M. Arif Kurniawan, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Ibu Nur Fani Arisnawati, M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Seluruh Dosen Pengampu Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, semoga ilmu ini akan terus bermanfaat
8. Kedua orang tua, saudara kandung serta keluarga besar atas do'a dan nasihatnya
9. Semua teman-teman yang telah menemani dalam suka duka untuk menimba ilmu di kampus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 7 Desember 2023

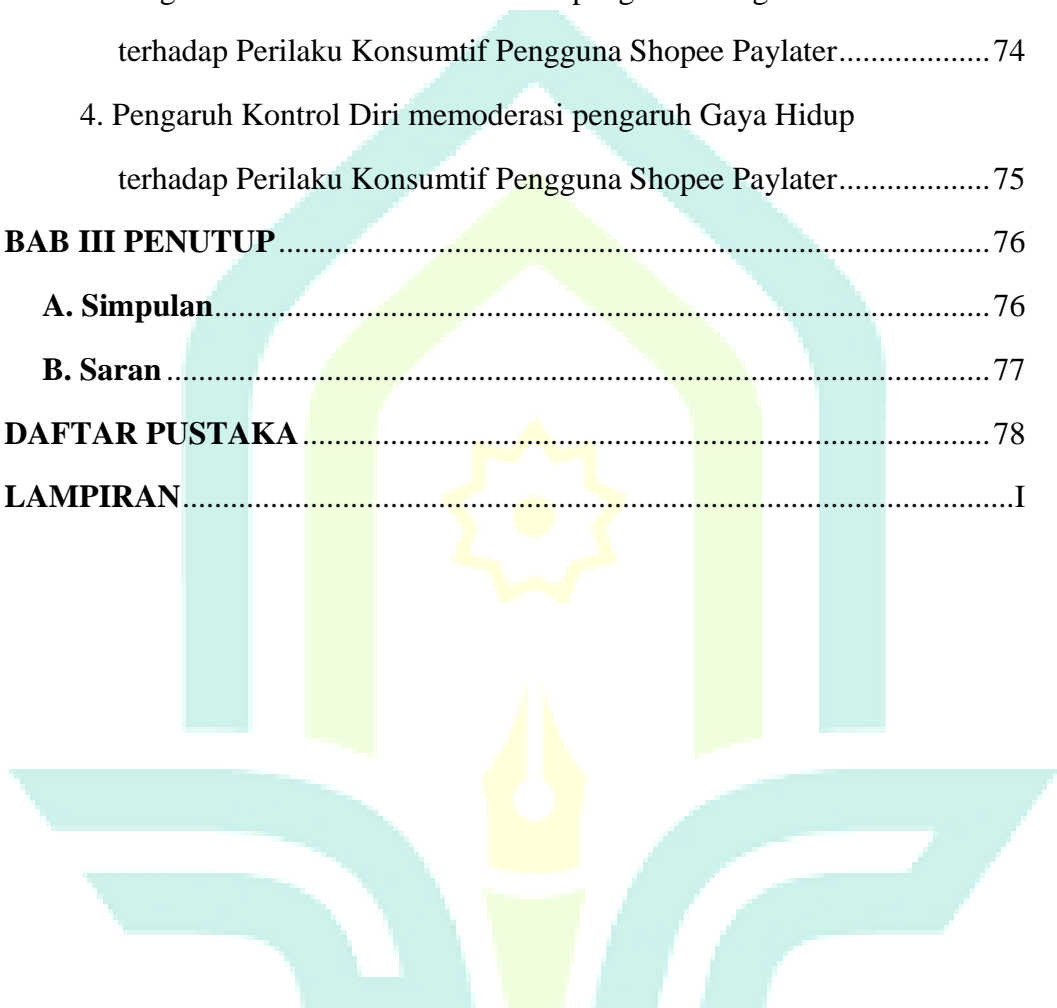
Ristya Aulia Asmarani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Theory of Planned Behavior (TPB).....	11
2. Religiositas	12
3. Gaya Hidup.....	16

4. Kontrol Diri	20
5. Perilaku Konsumtif	23
6. Shopee Paylater	25
B. Telaah Pustaka	29
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. Setting Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel	40
E. Variabel Penelitian	42
F. Sumber Data	44
G. Teknik Pengumpulan Data	44
H. Metode Analisis Data	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Data	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Karakteristik Tanggapan Responden	52
B. Analisis Data	59
1. Metode Succesive Interval	59
2. Uji Instrumen	59
3. Uji Asumsi Klasik	61
4. Uji Regresi Berganda	64
5. Uji Hipotesis	68

C. Pembahasan	72
1. Pengaruh Religiositas terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater.....	72
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater.....	73
3. Pengaruh Kontrol Diri memoderasi pengaruh Religiositas terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater.....	74
4. Pengaruh Kontrol Diri memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater.....	75
BAB III PENUTUP	76
A. Simpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1997 dan No. 0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

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

1) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ يَ ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌ُ وُ ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - Kataba

فَعَلَ - Fa'ala

ذَكَرَ - Žukira

يَذْهَبُ - Yazhabu

سُئِلَ - Su'ila

كَيْفَ - Kaifa

هَؤُلَ - Haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
...ى...	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
...ؤ...	Hammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

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

2) Ta'marbutah mati

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

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

Contoh:



رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-aṭfāl
	- raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةُ	- talḥah

5. Syaddah

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

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:



الرَّجُلُ	-	ar-rajulu
السَّيِّدُ	-	as-sayyidu
الشَّمْسُ	-	as-syamsu
القَلَمُ	-	al-qalamu
البَدِيعُ	-	al-badi'u
الْجَلالُ	-	al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna

الْأَنْوَاءُ - an-nau'

شَيْءٌ - syai'un

إِنَّ - inna

أُمِرْتُ - umirtu

أَكَلَ - akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لِلَّهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almīzān
Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl
Ibrāhīmūl-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ فَجْرَىٰ هَا وَمُرْسَاهِ Bismillāhimajrehāwamursahā
أ

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti
manistaṭā'a ilaihi sabīla

مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti

manistaṭā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ	Inna awwalabaitinwuḍi
لِلَّذِي بِيكَاةٍ مُّبَارَكَةٍ	'alinnāsilallaḏībibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ	Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-
الْقُرْآنِ	Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالأفُقِ	Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fihil
المُبِينِ	Qur'ānu
الْحَمْدُ لِلّٰهِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
رَبِّ الْعَالَمِينَ	Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn
	Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

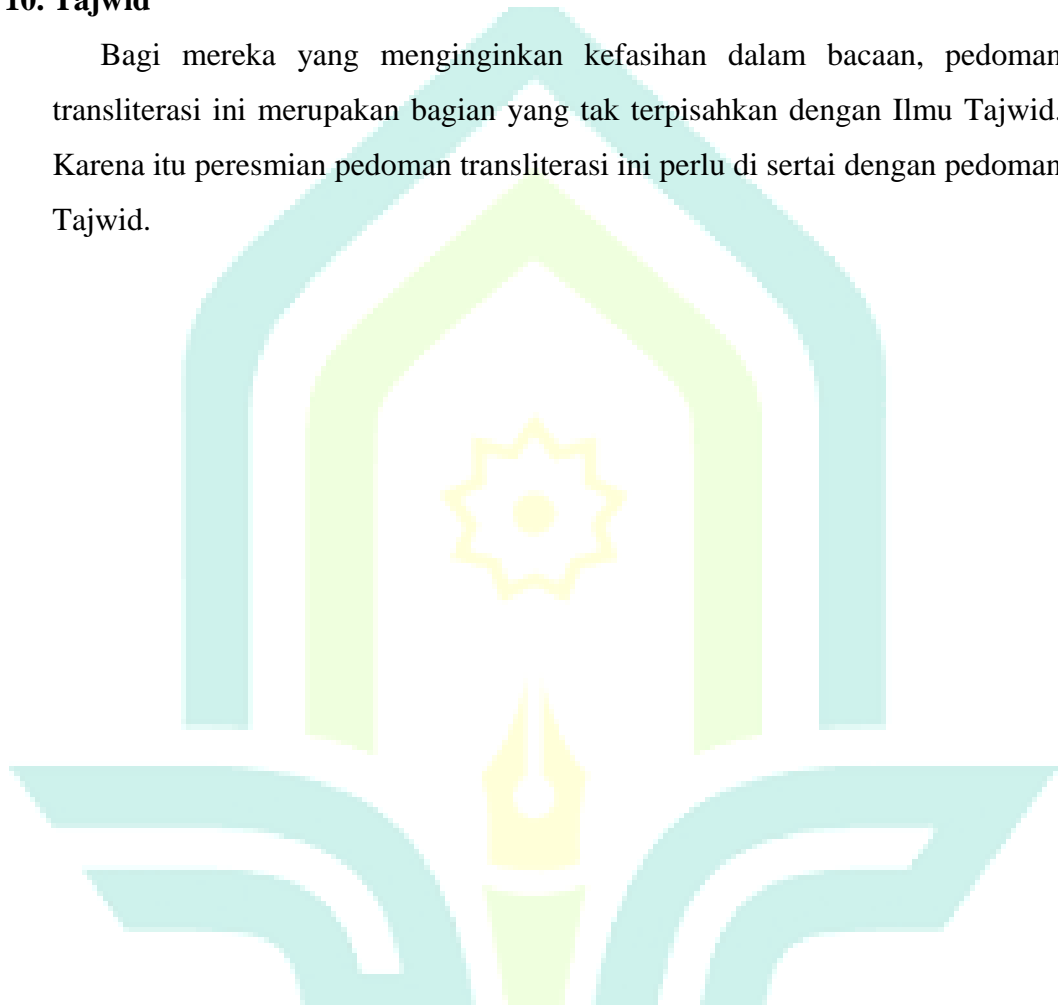
نصُر رَمَّنَ اللّٰهٖ وَفَتَحَ قُرْبٰى بِ Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلّٰهٖ اَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī'an
لِلّٰهٖ اَمْرُ جَمِيعًا Lillāhil-amrujamī'an

وَاللّٰهٖ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. Tajwid

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



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-Rata Pengunjung Situs E-Commerce Per Bulan	2
Tabel 1.2 Peerbandingan Metode Pembayaran Paylater	3
Tabel 1.3 Data Transaksi Shopee paylater Mahasiswa FEBI	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Aktif FEBI.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.3 Skala Likert	45
Tabel 4.1 Data Responden Mahasiswa FEBI.....	50
Tabel 4.2 Data Umur Responden	51
Tabel 4.3 Data Pengguna Shopee Paylater	52
Tabel 4.4 Data Transaksi Pengguna Shopee Paylater	52
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel X1	53
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel X2	54
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Z.....	55
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Y	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	61
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) setelah dimoderasi	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) setelah dimoderasi.....	72

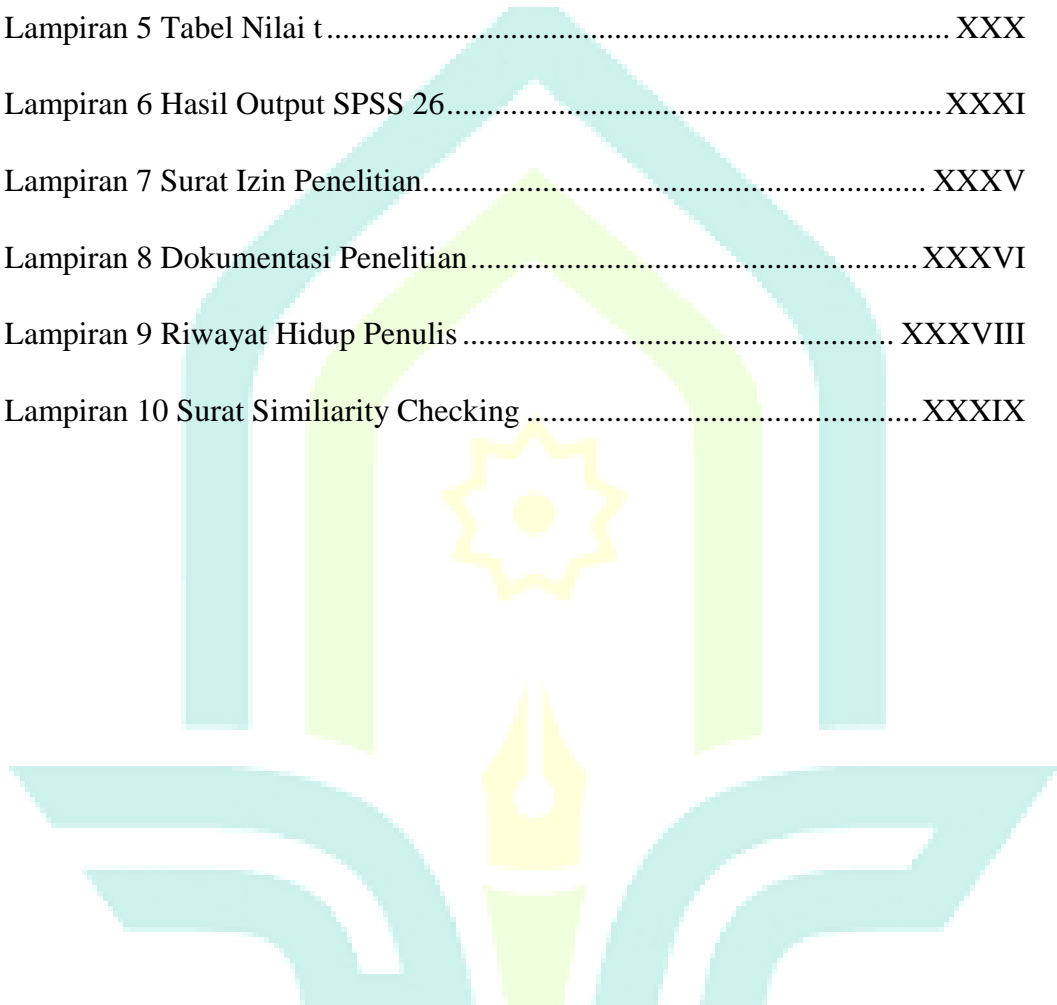
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Paylater Tahun 2022	3
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Jawaban Responden.....	VII
Lampiran 3 Hasil MSI.....	XIV
Lampiran 4 Tabel Nilai r.....	XXVIII
Lampiran 5 Tabel Nilai t.....	XXX
Lampiran 6 Hasil Output SPSS 26.....	XXXI
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	XXXV
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	XXXVI
Lampiran 9 Riwayat Hidup Penulis.....	XXXVIII
Lampiran 10 Surat Similiarity Checking.....	XXXIX





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi mengubah dinamika kegiatan dalam segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih cepat dan efektif. Perubahan teknologi pada industri keuangan ditandai dengan hadirnya *financial technology* atau fintech. Financial technology atau fintech ini menciptakan metode pemasaran yang efisien dengan metode pembayaran elektronik untuk memberikan kemudahan kepada konsumen (Novendra & Aulianisa, 2020). Jauh sebelum perkembangan fintech, era digital telah mengenal sistem *electronic commerce* sebagai proses diperdagangkannya barang dan jasa secara elektronik (Abdillah, 2020).

Adanya tren *e-commerce* menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat dalam aktivitas berbelanja yang kini beralih ke online. Semakin meluasnya *e-commerce* membawa implikasi pada sikap dan perilaku masyarakat yang menyebabkan daya beli dan hasrat konsumsi semakin bertambah. Perubahan pada perilaku konsumsi ini tak jarang menimbulkan pola hidup di kalangan masyarakat menjadi konsumtif. Berbagai layanan jual beli barang dan jasa berbasis teknologi mulai bermunculan, seperti pada layanan jual beli barang berbasis online contohnya Shopee, Lazada, Tiktok, dan Tokopedia. Lalu pada layanan jasa berbasis online contohnya Grab dan Gojek (Palinggi, 2020).

Tabel 1.1 Rata-Rata Pengunjung Situs E-Commerce Per Bulan

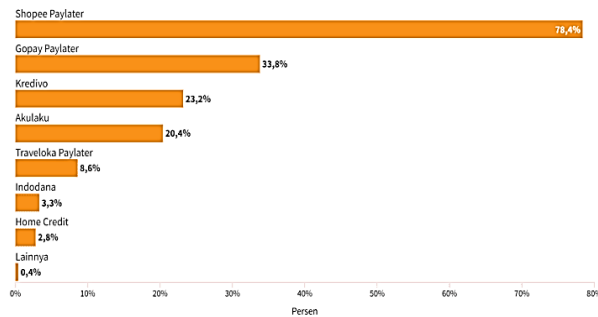
Situs	Jumlah Pengunjung
Shopee	158 juta
Tokopedia	117 juta
Lazada	83,2 juta
Blibli	25,4 juta
Bukalapak	18,1 juta

Sumber: databoks.katadata, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, situs *e-commerce* Shopee menempati urutan teratas dengan jumlah 158 juta pengunjung perbulan pada situsnya. Shopee menerima ulasan paling baik menurut konsumennya mengenai kualitas juga pelayanan sehingga jumlah peminatnya mengalami peningkatan tiap bulan (Faisol, 2021). Shopee Indonesia hadir pada tahun 2015 yang berada di bawah naungan PT. Shopee International yang dikatakan sebagai platform jual beli online terbesar di Indonesia dibandingkan para kompetitornya (Shopee Indonesia, 2023).

Teknologi telah memberi banyak kemudahan dalam pengoperasiannya sehingga masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya seringkali tak terkontrol. Hal ini belum bisa diimbangi oleh kemampuan masyarakat yang tidak semua orang mampu membayar secara tunai (cash). Oleh sebab itu, beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia mulai menyediakan layanan fitur paylater untuk pengajuan cicilan dengan slogan “*buy now, pay later*” atau “beli sekarang bayar nanti” (KPKNL Bandung, 2023). Fitur ini menyebabkan masyarakat dengan mudahnya berbelanja tanpa memikirkan kondisi finansialnya.

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Paylater Sering Digunakan Tahun 2022



Sumber: dailysocial.id, 2022

Melihat gambar 1.1, hasil survei dari platform DailySocial menunjukkan bahwa layanan shopee paylater menjadi layanan pembayaran yang sering dipakai oleh masyarakat. Persentase shopee paylater mencapai hingga 78,4% responden, diikuti oleh Gopaylater yang menempati urutan kedua paling banyak peminatnya mencapai 33,8% responden. Kemudian, 23,2% responden dengan fitur bayar nanti pada Kredivo Paylater. Melalui kemudahan yang ditawarkan, tren penggunaan paylater menjadi salah satu produk teknologi finansial yang diperkirakan akan terus berkembang di tengah masyarakat.

Tabel 1.2 Perbandingan Metode Pembayaran Paylater

Pembanding	Shopee Paylater	Go Paylater	Kredivo Paylater
Syarat Pengguna	Min. 3 kali transaksi belanja	Telah upgrade akun	Terpilih
Saldo Awal	Rp. 750.000	Rp. 500.000	Rp. 1.000.000
Tgl Pengembalian	Sebelum tanggal 1	Sebelum tanggal 5	30 hari setelah transaksi

Bunga Pinjaman	0 – 2,95% per bulan	0 – 12% per bulan	0 – 2,60% per bulan
Cara Aktivasi	Shopee	Gojek	Kredivo
Penggunaan Fasilitas	Belanja melalui marketplace Shopee, pembelian berbagai produk.	Go-Ride, Go-Car, Go-Bills, Go-Tix, dan Go-Shop.	Lazada, Bukalapak, Tokopedia, Tiket.com, Blibli, JD.id, dll.

Sumber: Shopee, Gojek, Kredivo, 2023

Berdasarkan pada tabel 1.2, disajikan perbandingan antara 3 metode pembayaran paylater yang disediakan oleh shopee paylater, go paylater, dan kredivo paylater. Konsep *buy now pay later* atau beli sekarang bayar nanti ini semakin diminati oleh masyarakat, termasuk mahasiswa. Kondisi ini dapat menyebabkan pola hidup menjadi konsumtif. Munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa disebabkan oleh rentannya mahasiswa yang terpengaruh promosi-promosi produk dan jasa melalui media maupun secara langsung (Gumulya & Widyastuti, 2013).

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, terdapat 10 mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan melakukan transaksi pembelian melalui shopee paylater. Mahasiswa tersebut biasanya membelanjakan uangnya dari Rp 25.000 hingga Rp 200.000 lebih dalam sebulan untuk berbelanja di Shopee. Adapun produk yang sering dibeli yaitu pakaian, pulsa, kuota, make up hingga *skincare*. Adapun data 10

mahasiswa sebagai sampel dalam observasi pengguna shopee paylater dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Transaksi Shopee Paylater Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

No.	Inisial Nama	Transaksi Terakhir	Nominal Transaksi	Keterangan
1.	LAI	1 November 2023	Rp. 99.000	Skincare
2.	PT	25 Oktober 2023	Rp. 250.000	Pakaian dan tas
3.	HRZ	29 Oktober 2023	Rp. 150.000	Pakaian dan skincare
4.	RA	3 November 2023	Rp. 91.500	Kuota internet
5.	HBA	9 November 2023	Rp. 315.000	Skincare, tas, dan pakaian
6.	TA	15 Oktober 2023	Rp. 285.000	Dompot dan skincare
7.	ENF	25 Oktober 2023	Rp. 230.000	Pakaian dan make up
8.	RN	2 November 2023	Rp. 25.500	Pulsa
9.	ADL	25 Oktober 2023	Rp. 80.000	Kuota internet
10.	JS	24 Oktober 2023	Rp. 250.000	Sepatu

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 1.3, data transaksi di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa melakukan transaksi pembelian melalui shopee paylater bisa lebih dari 2 kali transaksi dalam sebulan. Menurut peneliti jumlah nominal tersebut adalah jumlah nominal cukup banyak untuk kalangan mahasiswa yang notabene masih duduk dibangku kuliah dan belum bekerja. Dari hasil

penelitian awal ditemukan bahwa 5 dari 10 mahasiswa diketahui ternyata lebih besar pasak daripada tiang dalam berbelanja menggunakan shopee paylater.

Sikap & perilaku seseorang dalam mengonsumsi sesuatu bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya Religiositas. Menurut hasil penelitian oleh Fajar Wahyu Saputra (2022) memperlihatkan adanya hubungan signifikan antara variabel religiositas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sementara itu, penelitian Ima Hikmatul Khoir (2011) menunjukkan adanya hubungan negatif antara religiositas dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain religiositas, faktor lain dalam munculnya dorongan seseorang dalam perilaku konsumsi adalah gaya hidup. Penelitian sebelumnya oleh Gina Rahmawati (2022) menyatakan bahwa gaya hidup memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial. Lain halnya penelitian Risnawati (2018) variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Meskipun gaya hidup tinggi, hal itu tidak dapat mempengaruhi mahasiswa dalam perilaku konsumsinya.

Dilihat dari segi psikologis, individu akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli apa yang menjadi keinginannya. Kondisi ini disebabkan oleh ketidakterpenuhinya kebutuhan dan tidak dapat mengontrol perilaku diri terhadap lingkungan. Pada penelitian oleh Risa Salsabila (2019) memperlihatkan tidak terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku

konsumtif mahasiswa. Penelitian Tripambudi & Indrawati (2018) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri.

Melihat bahwa terdapat ketidakkonsistenan dari beberapa hasil penelitian sebelumnya, masyarakat termasuk mahasiswa mempunyai pertimbangan dan alasan tersendiri mengenai perilaku konsumsinya. Maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti, **“Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas didapat rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Apakah religiositas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI?
3. Apakah kontrol diri memoderasi pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI?
4. Apakah kontrol diri memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini akan berfokus untuk menguji pengaruh dari variabel Religiositas (X1) dan Gaya Hidup (X2) dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) Pengguna Shopee Paylater dengan Kontrol Diri (Z) yang menjadi variabel moderatingnya. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan shopee paylater.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI.
3. Untuk mengetahui adakah kontrol diri memoderasi pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI.
4. Untuk mengetahui adakah kontrol diri memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa FEBI.

Adapun manfaat dari adanya penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan juga pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat memilih menggunakan paylater, khususnya shopee paylater dalam melakukan transaksi pembayaran *e-commerce* dan dapat menjadi referensi di penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam melakukan suatu penelitian, mengenai pengaruh religiositas, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater dengan kontrol diri sebagai variabel moderating.

b. Bagi *E-Commerce*

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan untuk perusahaan *e-commerce* mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat memilih menggunakan sistem paylater dalam melakukan transaksi pembayaran.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan informasi dalam meningkatkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan sistem paylater.

d. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam rangka menumbuhkan kesadaran konsumen untuk

memperhatikan perilaku berkonsumsi akibat aktivitas digitalisasi ekonomi.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab landasan teori berisi uraian landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi uraian jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab analisis data dan pembahasan berisi deskripsi data dan pembahasan data dari penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari pembahasan, saran, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran lainnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior adalah teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. *Theory of planned behavior* ini teori pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* yang berasal dari Fishbein dan Ajzen. Dalam teori keduanya memprediksi bahwa pandangan paling kuat dari tujuan dalam tingkah laku ialah acuan berperilaku, namun dalam *theory of planned behavior* menganggap acuan berperilaku ada pengaruhnya dari tiga faktor yang luas dan lebih jelas, yaitu *attitude* (sikap), *norm subjektif*, dan *percieved behavior control* (kontrol perilaku yang dirasakan) (Alimbudiono, 2020).

Theory of planned behavior menerangkan tentang bagaimana seseorang berperilaku atas dasar niat, dalam hal bertujuan untuk mencapai keinginannya. Sebenarnya perilaku tersebut berada dibawah kendali namun menjadi tidak terkendali sebab beberapa faktor yang menyertainya, seperti informasi, emosi, stress, situasi, dan faktor lingkungan lainnya (Alimbudiono, 2020). *Theory of planned behavior* didasarkan pada teori seperti teori belajar, teori harapan-nilai, teori konsistensi, serta teori atribusi (Manuntung, 2018). Teori ini menyediakan kerangka untuk mempelajari sikap terhadap suatu perilaku. Dalam penelitian ini mengkaji

perilaku konsumsi sehingga teori ini menjadi teori penting untuk mendasari penelitian ini.

2. Religiositas

a. Pengertian Religiositas

Religiositas berasal dari kata “religio” yang memiliki arti agama atau bersumber agama. Dalam istilah bahasa Arab disebut “tadayyun” artinya hati-hati, patuh, dan taat. Dalam konteks keyakinan agama, Religiositas adalah pilihan pribadi sepenuhnya. Menurut agama Islam, derajat ketaqwaan seseorang hanya dapat diketahui oleh Allah Swt. (Nasir, 2020). Religiositas didefinisikan sebagai kondisi didalam diri individu yang dapat memotivasinya dalam berperilaku bergantung pada tingkat ketaatan beragama. Kegiatan keagamaan tidak sekedar ketika seseorang melaksanakan ibadah, namun saat menjalankan kegiatan lain dengan didukung motivasi kekuatan supranatural atau terjadi dalam hati seseorang (Suryadi & Hayat, 2021).

Disimpulkan bahwasanya agama adalah asas pada dalam diri manusia dan berfungsi sebagai pedoman dalam bertindak dan berperilaku sesuai dengan agamanya. Religiositas didefinisikan sebagai “sejauh mana individu manusia mengetahui tentang pengetahuan, keyakinan, dan pengabdian terhadap agamanya”. Perilaku spiritual menjadi bentuk kegiatan keagamaan, namun seseorang juga dapat menjadi beriman saat menjalankan kegiatan lain yang didukung dengan kekuatan yang lebih tinggi. Oleh karena itu,

religiositas seseorang dapat dilihat dari beberapa aspek atau perspektif (Najtama, 2017).

Religiositas memiliki makna bukan hanya aktivitas yang dikaitkan dengan ibadah saja tetapi seluruh aktivitas manusia yang dilakukan atas dasar keputusan yang diambil. Religiositas adalah suatu kondisi yang melekat pada diri individu dalam memberi motivasi seseorang dalam berperilaku (baik yang terlihat ataupun tidak terlihat), bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang percayainya. Keyakinan ini kemudian muncul dalam perilaku dan aktivitas sehari-hari (Ghufron & Risnawati, 2010).

b. Faktor-Faktor Religiositas

Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiositas dalam diri individu (Jalaludin, 2015), sebagai berikut:

i. Faktor Internal

a) Faktor Keturunan

Faktor genetik menjadi faktor yang dipilih manusia untuk dirinya sendiri ataupun bawaan.

b) Usia

Tak dapat dipungkiri dengan beranjaknya umur seseorang, maka pola pikirnya bisa dikatakan berkembang secara menyeluruh, seperti pemikiran tentang agama. Ketika seseorang sudah dewasa yang mana paham akan kematangan

pola pikir seksual, secara tidak langsung berhubungan dengan pemahaman tentang agamanya.

c) Kepribadian

Menurut psikolog, ada dua faktor yang membentuk psikologi yaitu bawaan dan lingkungan. Kedua komponen ini menjelaskan bahwa setiap individu mempunyai pribadi yang berbeda tergantung pada tipenya. Sifat manusia bisa dilihat dari bagaimana pengalaman dan lingkungannya.

d) Kondisi Mental

Kondisi mental melibatkan berbagai aspek yang ada pada diri setiap individu. Menurut Sigmund Freud, penyakit mental ini disebabkan oleh tekanan-tekanan yang saling bertentangan di alam bawah sadar manusia. Tekanan ini berperan sebagai sumber dari gejala psikotik yang menyimpang.

ii. Faktor Eksternal

a) Faktor Keluarga

Struktur sosial paling dasar dari kehidupan tiap manusia adalah keluarga. Orang tua khususnya memiliki impact yang signifikan terhadap perkembangan spiritual anak. Bila saja orang tua berperilaku dengan baik maka anak cenderung akan berperilaku baik dan sebaliknya.

b) Lingkungan Institusional

Secara kelembagaan maupun informal, lingkungan tersebut memiliki pengaruh dalam perkembangan jiwa keagamaan dalam diri individu, misal organisasi ataupun kelompok.

c) Lingkungan Masyarakat

Lingkungan ini tidak memiliki tanggung jawab namun mengandung faktor pengaruh, yang mana norma dan nilai dianggap lebih mengikat dan dapat membentuk jiwa beragama secara positif ataupun negatif.

c. Indikator Religiositas

Adapun terdapat lima dimensi dalam beragama menurut Glock dan Stark dalam (Nasir, 2020), sebagai berikut:

i. Ideologis (Keyakinan)

Menyatakan bahwa individu yang mempercayai apa yang diajarkan oleh agamanya, terutama dogma atau pemikiran fundamental bisa dikatakan memiliki rasa keyakinan ideologis tinggi. Didalam Islam, hakikat aspek ideologis berkaitan dengan keyakinan adanya Allah SWT., malaikat, rasul/nabi, kitab-kitab Allah, surga, neraka, qodho dan qodar.

ii. Ritualistik (Praktik Agama)

Menganggap bahwa kegiatan praktik keagamaan bisa mengilustrasikan sebagai ukuran seberapa dalam individu dalam menjalankan pedoman dan aturan dalam agamanya. Didalam

Islam, hakikat aspek ritualistik ini berkaitan dengan praktik ibadah ataupun praktik bermuamalah dan sebagainya.

iii. Eksperiensial (Pengalaman)

Mengatakan bahwa level seorang individu ada pada perasaan juga pada pengalaman yang pernah dirinya alami dan rasakan. Didalam Islam, hakikat aspek eksperiensial ini berkaitan dengan perasaan dekat dengan Tuhan, gelisah juga takut akan melakukan maksiat, perasaan syukur dalam hidup, dan sebagainya.

iv. Intelektual (Pengetahuan)

Menyatakan bahwa sedalam apa seorang individu dalam memahami dan mengenal ajaran agamanya, semakin tinggi intelektual seseorang maka semakin tinggi pula tingkat Religiositasnya.

v. Konsekuensi (Pengamalan)

Menganggap bahwa level dari tindak-tanduk seseorang bisa saja pengaruh dari ajaran dalam agamanya, bagaimana individu bersosialisasi pada lingkungannya. Di dalam Islam, hakikat konsekuensi ini berkaitan dengan melaksanakan perintah agama dan menjauhi segala larangan dalam beragama.

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang di dunia dengan divisualisasikan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Menurut Kotler, gaya hidup individu bisa nampak dari aktivitas sehari-hari yang dilakukannya, bagaimana perasaan dan seberapa pedulinya terhadap lingkungan sekitarnya dan apa yang dipikirkannya mengenai diri sendiri dan masyarakat disekitarnya (Susanto, 2013). Gaya hidup dikatakan sebagai sudut pandang individu dalam beraktivitas sehari-hari, melakukan minatnya terhadap apa yang mereka sukai, juga tentang pandangan mengenai kehidupan (Luthfianto & Heru, 2017).

Menurut Kasali, gaya hidup merupakan cara konsumsi seseorang yang mana menggambarkan kecenderungan dalam menghabiskan uang dan mengalokasikan waktu (Prasetya & Edwar, 2014). Secara sederhana dikatakan bahwa gaya hidup dipandang sebagai suatu cara individu dalam menjalani kehidupan. Pendekatan dalam gaya hidup menjurus pada klasifikasi konsumen berasas pada variabel AIO berarti *activity, interest dan opinion* (Susanto, 2013).

b. Indikator Gaya Hidup

Menurut (Susanto, 2013) adapun terdapat tiga indikator dalam mempengaruhi gaya hidup, yaitu:

- i. Aktivitas (*Activity*) adalah apa saja yang dilakukan oleh individu, membeli atau menggunakan produk apa, dan melakukan aktivitas apa saja saat ada waktu luang. Meskipun aktivitas seringkali dapat

diamati, namun yang tidak dapat diukur secara langsung ialah alasan dari tindakan ini.

- ii. Minat (*Interest*) adalah objek, peristiwa, atau subjek dengan level kesukaan dengan mengikutsertakan fokus yang dekat atau terus-menerus. Dalam hidup, interest dapat berupa preferensi, minat, dan prioritas konsumen. Minat juga dapat membuat konsumen meluangkan waktunya untuk hal tersebut dan mengeluarkan uang mereka.
- iii. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain.

c. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut (Tarigan, 2015) terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Adapun rinciannya sebagai berikut:

i. Faktor Internal:

a) Pengetahuan

Sikap mengacu pada kondisi mental juga kesiapan menghadapi suatu objek yang disusun berdasarkan pengalaman yang mempengaruhi tingkah laku individu.

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengamatan tentang perilaku biasanya dipengaruhi oleh pengalaman sosial yang didapat dari kejadian lampau yang menjadi pembelajaran atau pengalaman.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah profil karakteristik individu yang terlihat dari bagaimana pengalaman dan lingkungannya.

d) Konsep Diri

Persepsi diri dan citra individu dapat digambarkan melalui pendekatan konsep diri. Dalam menghadapi masalah hidup, konsep diri menjadi akar dari konsep diri yang dapat menunjukkan karakteristik seseorang.

e) Motivasi

Motivasi timbul dari perilaku pribadi atas rasa aman dan kebutuhan akan prestise. Gaya hidup hedonis cenderung membentuk motivasi yang mana mengarah pada kemewahan.

f) Persepsi

Proses dimana individu mengatur, memilih, dan menafsirkan informasi dalam sudut pandang terhadap makna kehidupan.

ii. Faktor eksternal, yaitu:

a) Kelompok Referensi

Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu. Pengaruh ini

memaparkan bahwa setiap individu akan dihadapkan oleh gaya hidup dan perilaku tertentu.

b) Keluarga

Keluarga memiliki peran yang paling penting dan bertahan lama dalam membentuk sikap dan perilaku seseorang. Secara tidak langsung keluarga memberikan pengaruh dalam cara hidup seorang anak.

c) Kelas sosial

Kelompok permanen di dalam lingkungan masyarakat yang diorganisasikan dengan serangkaian lapisan pada setiap masyarakat.

4. Kontrol Diri

a. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengatur, mengarahkan dan membimbing tingkah laku yang menghasilkan sesuatu yang positif. Kontrol diri adalah suatu kemungkinan tumbuh juga dijalankan oleh individu menjalani kehidupan, termasuk menghadapi keadaan lingkungan sekitar (Anggreini & Mariyanti, 2014). Kontrol diri bisa dituju dengan keinginan dan usaha menyangga diri dari setiap godaan yang mengendalikan emosi dan perasaan.

Kontrol diri adalah kecakapan dalam menyesuaikan tingkah laku serasi dengan keadaan yang timbul dalam kehidupan sosial. Dengan sadar seseorang dapat mengendalikan emosi dan perasaannya untuk menahan godaan melalui pengendalian diri. Kontrol Diri dianggap sebagai kesanggupan individu dalam menguasai dorongan yang datang dari dalam maupun luar (Thalib, 2010).

Pengendalian diri dipahami sebagai kemampuan khusus individu dalam menata, mengarahkan perhatian pada tingkah laku sehingga bisa mendorong ke sisi yang positif (Ghufron & Risnawati, 2010). Dengan demikian disimpulkan bahwa pengendalian diri adalah keterampilan yang berasal dari dalam diri individu untuk menahan segala pengaruh godaan dan emosi.

b. Faktor Kontrol Diri

Adapun Kontrol Diri memiliki dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal (Ghufron & Risnawati, 2010). Faktor internal yang dimaksud adalah internal individu. Seperti halnya, umur mempengaruhi pengendalian diri individu. Seiring bertambahnya usia seseorang, kemampuannya untuk mengendalikan diri mengalami peningkatan. Sedangkan faktor eksternal adalah yang berasal dari luar individu. Contohnya, anak yang mendapat pengaruh dari keluarga dalam pengendalian dirinya.

Menurut (Smet, 1994), adapun ciri-ciri pengendalian diri, sebagai berikut:

- i. Kemampuan mengendalikan perilaku impulsif yang ditandai dengan oleh kemampuan mengolah rangsangan melalui cara mencegah rangsangan, kemampuan mengatasi rasa frustrasi dan ledakan emosi, serta kemampuan mengontrol tindakan.
- ii. Kemampuan untuk menunda kepuasan akan mencapai kesuksesan dalam mengejar sesuatu yang lebih berharga.
- iii. Kemampuan memprediksi situasi melalui berbagai aspek secara relatif objektif. Hal ini didukung dengan tersedianya data milik pribadi.

c. Indikator Kontrol Diri

Disebutkan terdapat lima indikator pengendalian diri (Smet, 1994), sebagai berikut:

- i. Kontrol perilaku (*behavior control*), yaitu sebuah kemampuan dalam mengurangi resiko dari suatu stressor melalui tindakan tertentu. Kontrol perilaku adalah kesediaan dalam membuat respon langsung yang dapat mempengaruhi atau mengubah situasi yang kurang menyenangkan.
- ii. Kontrol kognitif (*cognitive control*), yaitu proses berpikir untuk mengubah efek dari suatu stressor. Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diinginkan dengan menafsirkan, mengevaluasi atau

mengintegrasikan peristiwa ke dalam kerangka kognitif seperti adaptasi psikologis atau pengurangan stress.

- iii. Kontrol putusan (*decisional control*), yaitu kemampuan untuk memilih antara alternatif dan prosedur lainnya. Pengendalian keputusan adalah kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan sesuatu yang mereka yakini atau setuju.

5. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecondongan seseorang dalam mengkonsumsi tanpa batas, membeli sesuatu secara berlebihan atau tidak terencana (Chita, David, & Pali, 2015). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “mengkonsumsi” memiliki arti memakai, bukan memproduksi sendiri. Perilaku konsumtif disebabkan oleh perilaku konsumsi yang hanya memenuhi kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhannya (Ancok, 1995).

Perilaku konsumtif disebut perilaku boros dan berlebihan, hanya mementingkan keinginan yang berakibat menjadikannya gaya hidup yang keterlaluan (Tripambudi & Indrawati, 2018). Berikutnya, perilaku konsumen, seperti kecenderungan untuk membeli terlalu banyak sesuatu tanpa perencanaan terlebih dahulu. Masyarakat yang mengutamakan kesenangan di atas kebutuhan, hingga konsumsi

berlebihan tanpa perhitungan menjadi kebiasaan, dikenal juga sebagai konsumerisme (Abadi, Utomo, & Yusdita, 2020).

Dapat disimpulkan bahwa ada perbuatan konsumsi yaitu tingkah laku atau kebiasaan membeli barang atau jasa secara berlebihan, bukan untuk memuaskan suatu kebutuhan tetapi semata-mata, namun untuk memuaskan suatu keinginan. Fenomena perilaku konsumtif ini sangatlah terlihat pada masyarakat. Banyak generasi milenial saat ini terjebak dalam kehidupan konsumerisme dan senang menghabiskan uang untuk memuaskan semua keinginan mereka daripada kebutuhan mereka.

b. Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut (Kotler & Keller, 2016) terdapat enam faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, yaitu:

- i. Media massa. Kemampuan anak muda saat ini untuk beradaptasi dengan teknologi memudahkan konsumen bertransaksi, misalnya melalui media televisi dan juga internet.
- ii. Orang tua. Sikap dan pola pikir orang tua dalam membesarkan anak merupakan faktor penting dalam menentukan perilaku konsumsi anak, anak cenderung hanya mengikuti gaya hidup yang diperlihatkan. Publik. Budaya yang mempengaruhi perilaku konsumsi dari masyarakat luas yang mana tidak ingin merasa tertinggal satu sama lain.

- iii. Teman sebaya. Teman juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi anak. Perubahan sikap dan perilaku anak bisa dipengaruhi oleh teman sebaya agar merasa diterima dalam kelompoknya.
- iv. Agama. Landasan agama yang kuat membuat individu merasa cukup atas apa yang telah dimilikinya.
- v. Pergaulan. Lingkungan sosial anak-anak terutama remaja memberi pengaruh terhadap perilaku konsumsi mereka, sehingga harus diperhatikan pemilihan lingkungannya.

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat beberapa karakteristik atau indikator perilaku konsumtif menurut (Sumartono, 2002) yaitu:

- i. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- ii. Membeli produk karena kemasan yang menarik
- iii. Membeli produk demi menjaga tampilan dan gengsi
- iv. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)
- v. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- vi. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk
- vii. Muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- viii. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

6. Shopee Paylater

a. Pengertian Shopee Paylater

Shopee Indonesia memasuki pasar dan diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember tahun 2015. Pada tahun 2020, Shopee menjadi marketplace nomor satu di Indonesia dan sekarang banyak digunakan oleh kaum remaja bahkan tidak sedikit orang dewasa ikut menggunakan aplikasi berbelanja online ini. Fitur yang disediakan oleh Shopee berupa *flash sale*, *cashback*, *voucher*, gratis ongkir, *shopee games*. Tak hanya itu, Shopee juga menyediakan sistem pembayaran menggunakan metode pembayaran digital dan cicilan, yaitu *shopee pay* dan *shopee paylater* (Ivan et al., 2021).

Layanan yang disediakan Shopee ini digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja online di aplikasi Shopee. *Shopee paylater* memudahkan Anda untuk mendapatkan barang Anda di muka tetapi dapat dibayar dengan cicilan bulanan. Pembayaran Shopee disediakan oleh PT. Lentera Dana Nusantara adalah strategi cicilan yang menggunakan dana dari organisasi aplikasi yang terhubung dan kemudian pada saat itu pengguna membayar tagihan ke organisasi aplikasi (Sejarah Shopee, 2023).

Shopee paylater adalah fitur metode pembayaran dengan sistem pembayaran "beli sekarang, bayar nanti" yang memungkinkan pengguna menikmati kemudahan berbelanja online. Fitur ini memberikan pinjaman instan dengan jumlah terbatas tertentu yang

dapat digunakan untuk pembelian dan pembayaran bulan berikutnya sesuai dengan tanggal jatuh tempo yang disepakati pengguna aktif e-commerce. Pada fitur ini, pengguna didukung dengan pilihan pembayaran cicilan hingga 12 bulan dengan bunga sangat rendah dengan verifikasi yang diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan atau disingkat OJK (Putri & Iriani, 2020).

Shopee Paylater menawarkan barang dalam bentuk kredit dengan 0% dari setoran awal tanpa pengembalian uang pokok dan harus menggunakan pembayaran prabayar untuk membeli dari Shopee dengan jangka waktu 30 hari (Hasanah, 2020). Kemajuan inovatif kini mengubah perilaku ketergantungan individu menggunakan perkembangan pengiriman uang inovatif yang membuat transfer uang sederhana menjadi lebih kuat dan efisien. Secara keseluruhan, fungsi paylater menawarkan kemudahan berupa cicilan yang dapat dikreditkan melalui web sehingga pelanggan dapat membayar dalam waktu singkat dengan sekali pembayaran. Dengan adanya pilihan pembayaran mendorong kemampuan pembeli untuk menambah pilihan penggunaan dengan menyediakan akses pelanggan yang aman dan cepat (Putri & Iriani, 2020).

b. Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee Paylater

Cara mendapatkan fitur-fitur terbaru marketplace Shopee, Anda harus memenuhi beberapa persyaratan terlebih dahulu seperti; Akun shopee harus sudah terdaftar dan terotentifikasi, akun shopee sudah

berlaku selama 3 bulan, akun shopee rutin digunakan untuk transaksi, harus update ke aplikasi shopee terbaru untuk melakukan pembelian barang dengan limit yang ada dan pilih pay later on shopee as transaksi metode pembayaran (Hasanah, 2020). Berikut cara mengaktifkan Shopee Pay Later untuk mendapatkan pinjaman di marketplace Shopee:

- i. Klik tab Saya kemudian pilih Shopee paylater;
- ii. Klik Aktifkan Sekarang;
- iii. Masukkan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan;
- iv. Unggah foto KTP;
- v. Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan;
- vi. Kemudian verifikasi wajah;
- vii. Tunggu verifikasi diterima;
- viii. Setelah mengikuti cara di atas, maka shopee paylater berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbelanja. Sayangnya, shopee paylater hanya bisa untuk dibelanjakan di platform Shopee dan tidak bisa diuangkan.

Shopee paylater dikenakan bunga sebesar 2,95% per bulan di bawah program Beli Sekarang Bayar Nanti, jika pengguna membayar tagihan Shopee nanti, mereka akan dikenakan penalti 5% dari total tagihan yang terutang tergantung pada jangka waktu pembayaran, selama pesanan telah diselesaikan. Akun Shopee dapat dibekukan dan

pengguna tidak dapat melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater tanpa melengkapi tagihan. Shopee paylater dapat digunakan kembali saat pengguna membayar tagihan.



B. Telaah Pustaka

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Muhammad Rizky, (2021), “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Religiositas, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2017)”	Variabel independen: gaya hidup, religiositas, dan kualitas produk. Variabel dependen: keputusan pembelian.	Metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, variabel religiositas dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.	Persamaan: Pada variabel gaya hidup dan Religiositas Perbedaan: Pada variabel kualitas produk, juga variabel dependen keputusan pembelian secara online

2.	Fany Fadhila, (2020), “Pengaruh Religiositas, Pengetahuan Produk, dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater”	Variabel independen: Religiositas, pengetahuan produk, dan faktor sosial Variabel dependen: keputusan penggunaan	Metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel religiositas, pengetahuan produk, dan faktor sosial secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater pengaruh sebesar 85%.	Persamaan: Pada variabel Religiositas dan menggunakan metode kuantitatif Perbedaan: Pada variabel pengetahuan produk dan faktor sosial, juga variabel keputusan penggunaan
3.	Nuri Annisa Fitri, Hisbullah Basri, (2021), “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen pada Generasi Milenial di Era Pandemi Covid-19 dengan Pengetahuan Ekonomi sebagai Variabel Moderasi”	Variabel independen: gaya hidup Variabel dependen: perilaku konsumen Variabel moderasi: pengetahuan ekonomi	Metode <i>unknown populations</i> . Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumen. Pengetahuan ekonomi merupakan variabel yang dapat memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen.	Persamaan: Meneliti variabel gaya hidup, juga menggunakan variabel moderasi Perbedaan: Terletak pada variabel perilaku konsumen dan pengetahuan ekonomi

4.	Gina Rahmawati, (2022), “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Milenial”	Variabel independen: literasi keuangan dan gaya hidup Variabel dependen: perilaku konsumtif	Metode teknik <i>non probability purposive sampling</i> dengan analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil Penelitian ini secara simultan berpengaruh signifikan antara variabel independen (literasi keuangan dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Sedangkan secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.	Persamaan: Pada variabel independen (gaya hidup) dan variabel dependen (perilaku konsumtif) pengguna shopee paylater Perbedaan: Terletak pada variabel independen (literasi keuangan)
5.	Risa Salsabila, Suci Rahma Nio, (2019), “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum	Variabel independen: kontrol diri Variabel dependen: perilaku konsumtif	Metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasional menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak	Persamaan: Terletak pada variabel independen (kontrol diri) dan variabel dependen (perilaku konsumtif) Perbedaan: Terletak pada objek

	Universitas Bung Hatta Pengguna Shopee.		terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun <i>e-commerce</i> Shopee.	penelitiannya
6.	Nadya Anastasya, 2020. “Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU”	Variabel independen: penggunaan fitur shopee paylater Variabel dependen: perilaku konsumtif	Tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU dengan tingkat pengaruh sebesar 2,3%.	Persamaan: Pada variabel dependen yaitu perilaku konsumtif Perbedaan: Terletak pada objek penelitiannya
7.	Erdawati, (2020), “Pengaruh Gaya Hidup, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Shopee”.	Variabel independen: gaya hidup iklan, dan harga Variabel dependen: keputusan pembelian	Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online melalui Shopee dimana	Persamaan: Pada variabel independen yaitu gaya hidup Perbedaan: Pada variabel independen (iklan dan harga), juga variabel dependen (keputusan pembelian)

			kontribusinya mencapai 67%.	
8.	Nur Eka Putri Apriliani, (2019), “Pengaruh Gaya Hidup, Peran Religiusitas, Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi Terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Masyarakat di Surabaya”	Variabel moderasi: gaya hidup, peran Religiusitas, Kontrol Diri Variabel dependen: perilaku pengelolaan utang	Metode dengan menggunakan PLS dan SEM pada WarpPLS 6.0. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung tetapi harus dimediasi oleh Kontrol Diri, Peran Religiusitas, Kontrol Diri sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan utang masyarakat.	Persamaan: Terletak pada variabel moderasi (Kontrol Diri) Perbedaan: Pada variabel moderasi (gaya hidup dan peran Religiusitas), juga pada variabel dependen (pengelolaan utang) dan objek penelitiannya
9.	Intan Ayu, (2020), “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsive Buying, Hedonisme, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Online Store	Variabel independen: gaya hidup, Religiusitas, pembelian implusif, hedonisme, dan harga	Metode dengan PLS aplikasi smartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa Religiusitas, impulsive buying, dan hedonisme berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.	Persamaan: Terletak pada variabel independen Perbedaan: Pada variabel independen (impulsive buying, hedonisme, dan harga) juga pada variabel dependen (keputusan

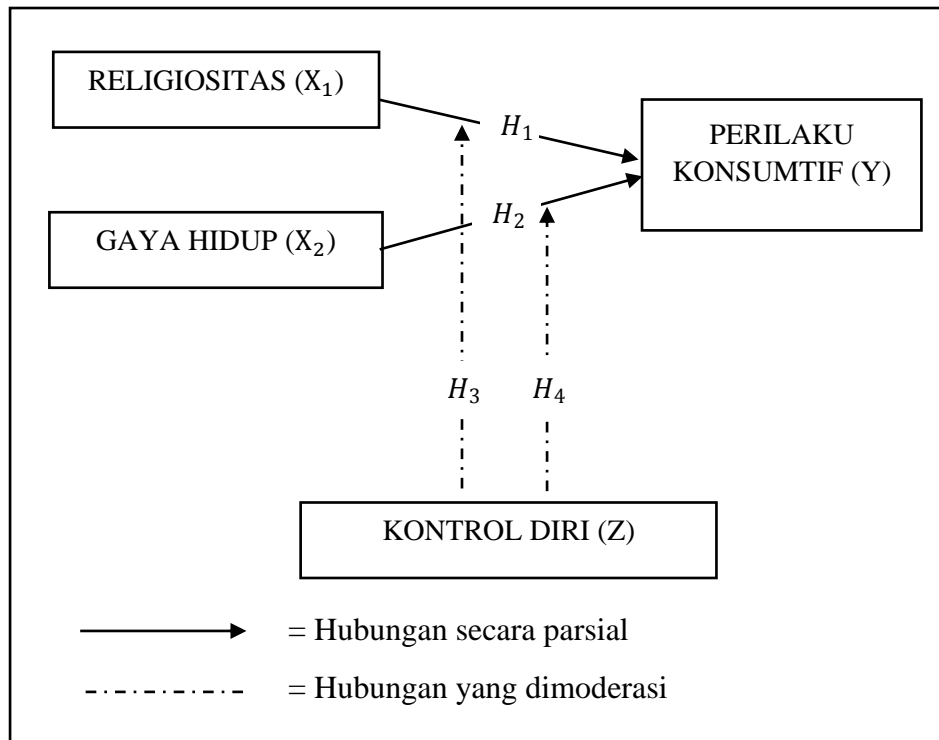
	Media Sosial dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening”	Variabel dependen: keputusan pembelian Variabel intervening: pengendalian diri	Sedangkan, Kontrol Diri, gaya hidup, dan harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Variabel Religiositas, impulsive buying, hedonisme, dan harga berpengaruh positif terhadap Kontrol Diri. Sedangkan gaya hidup berpengaruh negatif.	pembelian) lalu variabel interveningnya
10.	Fajar Wahyu Saputra, (2022), “Hubungan Antara Religiositas dan Konsep Diri dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Fashion melalui E-commerce”	Variabel independen: Religiositas dan konsep diri Variabel dependen: perilaku konsumtif	Metode menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 21.0. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara Religiositas dengan perilaku konsumtif dan ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku	Persamaan: Terletak pada variabel independen yaitu Religiositas dan variabel dependen (perilaku konsumtif) Perbedaan: Pada subjek yang diteliti yaitu pembelian produk fashion melalui e-commerce

			konsuntif.	
--	--	--	------------	--



C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Berdasarkan kerangka di atas, terdapat 2 variabel independen yang akan diuji yaitu religiositas (X_1) apakah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) dan gaya hidup (X_2) apakah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Serta hubungan religiositas (X_1) terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater yang dimoderasi dengan kontrol diri (Z) dan hubungan gaya hidup (X_2) terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater yang dimoderasi dengan kontrol diri (Z).

D. Hipotesis

Berdasarkan dari pemaparan tinjauan pustaka dan rumusan masalah di atas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

Religiositas merupakan kedalaman seseorang dalam meyakini adanya Tuhan yang diwujudkan dengan memenuhi perintah-Nya. Penelitian Fajar Wahyu (2022) menyatakan religiositas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian produk fashion melalui *e-commerce*. Sedangkan penelitian Mastura (2023) menyatakan bahwa religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Terdapat pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

Gaya hidup merupakan kebiasaan hidup individu yang terdiri dari aktivitas, minat, dan opini. Penelitian Arisa Umasangaji (2023) yang mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Gina Rahmawati (2022) juga mengatakan bahwa

gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

3. Pengaruh kontrol diri memoderasi religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

Penelitian oleh Dewi Arum (2021) menyatakan Kontrol Diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-commerce shopee pada mahasiswa psikologi. Penelitian Nadhita Bhela (2023) menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan religiositas sebagai variabel moderating. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: Kontrol diri memperkuat religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

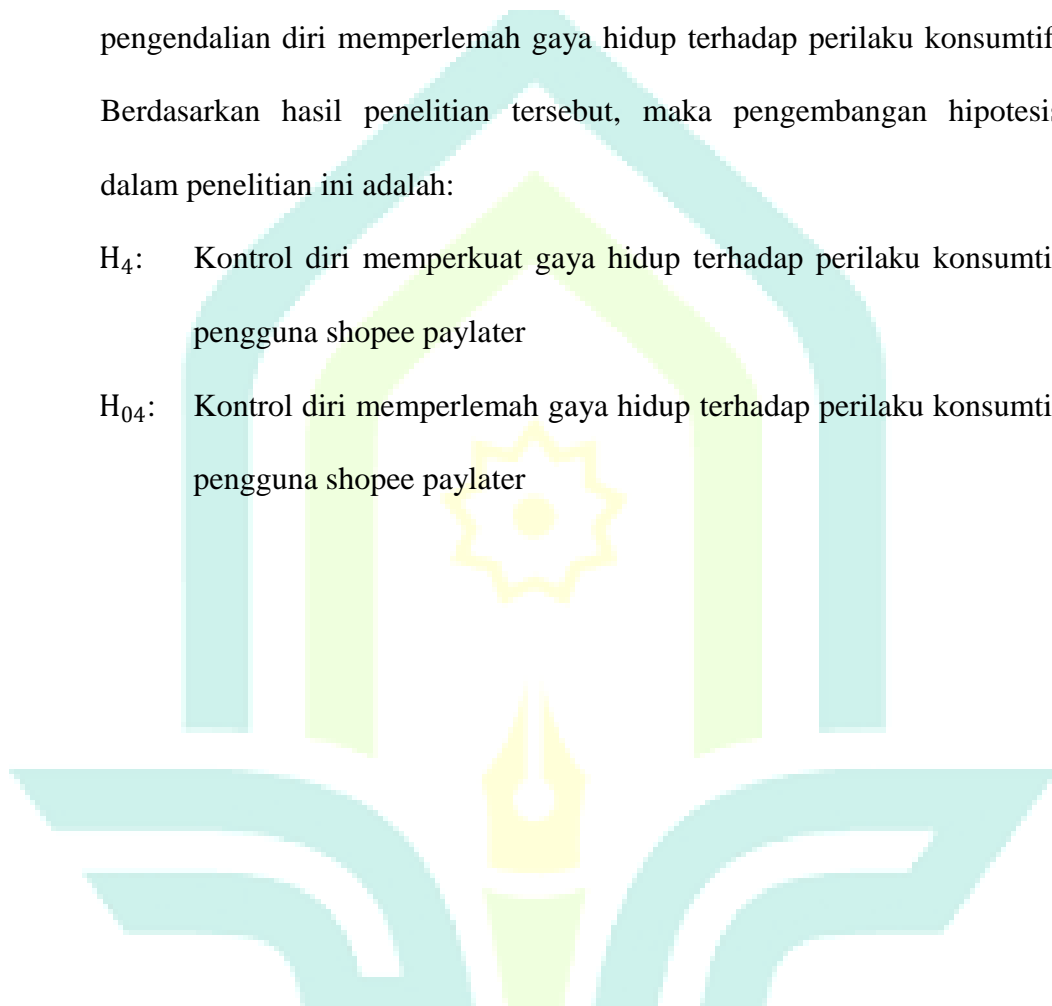
H₀₃: Kontrol diri memperlemah religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

4. Pengaruh kontrol diri memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

Penelitian Nur Eka (2019) menyatakan bahwa kontrol diri memediasi secara penuh pengaruh gaya hidup terhadap perilaku pengelolaan utang. Penelitian Sukma Nanda (2023) menyatakan bahwa pengendalian diri memperlemah gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄: Kontrol diri memperkuat gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater

H₀₄: Kontrol diri memperlemah gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada riset ini jenis penelitian yang digunakan berupa penelitian lapangan (*field research*) sebab data yang didapat diperoleh langsung dari narasumber tersebut. Penelitian lapangan mengharuskan peneliti terjun langsung ke objek yang dijadikan penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi menggunakan kuesioner sebagai alat bantu dalam penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Metode kuantitatif merupakan penelitian dengan data berupa angka-angka dan memakai statistika dalam analisisnya (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu hasil penelitiannya akan digambarkan dengan data atau angka-angka yang merupakan hasil perhitungan secara statistik dari data yang diperoleh dari responden itu sendiri. Dengan menggunakan teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dengan simbol-simbol angka tersebut dapat memberikan temuan dan kesimpulan yang diterima secara umum (Sugiyono, 2014).

C. Setting Penelitian

Penelitian ini memilih setting atau tempat di Kampus UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang beralamatkan di Jl. Pahlawan Km. 5 Kajen Kab. Pekalongan. Alasan memilih lokasi tersebut sebab objek penelitian adalah generasi muda yang melek akan teknologi yang mana merupakan

pengguna aktif *digital payment* salah satunya yaitu shopee paylater, sehingga mahasiswa FEBI dirasa cocok sebagai responden dalam penelitian.

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan total semua objek ataupun individu yang akan diteliti, sedangkan sampel ialah bagian dari populasi, diperoleh dengan teknik atau karakteristik yang telah ditentukan (Wijaya, 2013). Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan 2023/2024 yang diketahui jumlahnya sebanyak 2,560 mahasiswa dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data Mahasiswa FEBI 2023/2024

Tahun	Program Studi			Jumlah Mahasiswa
	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Akuntansi Syariah	
2017	99	9	23	131
2018	82	45	35	162
2019	143	100	83	326
2020	202	130	111	443
2021	186	149	139	474
2022	191	168	122	481
2023	217	183	143	543
Total	1,120	784	656	2,560

(Sumber: data Akma FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Sampel penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pengguna shopee paylater. Dan untuk pemilihan sampel memakai teknik *purposive sampling*, adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria

tertentu (Sujarweni, 2015). Adapun kriteria untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Responden berstatus sebagai mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- 2) Responden memasuki usia 18 - 25 tahun.
- 3) Responden memiliki akun Shopee dan juga terdaftar sebagai pengguna Shopee Paylater.
- 4) Responden pernah melakukan transaksi pembayaran belanja melalui Shopee Paylater minimal 2 kali.

Pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, berikut ini:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi penelitian

e = Perkiraan kesalahan/ *error* sampel

Maka,

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

$$n = \frac{2,560}{1 + 2,560.(0.1)^2}$$

$$= \frac{2,560}{1 + 25,60}$$

$$= \frac{2,560}{26,60}$$

= 96,24 (dibulatkan menjadi 96)

Dari perhitungan yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil sampel sebesar 96 responden.

E. Variabel Penelitian

Penelitian ini memakai tiga variabel antara lain variabel bebas/independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, variabel terikat/dependen merupakan variabel yang dipengaruhi variabel lainnya, dan variabel moderating merupakan variabel yang akan memperkuat ataupun melemahkan hubungan di antara variabel bebas dan terikat (Wijaya, 2013). Dalam penelitian ini variabel bebasnya ialah religiositas (X1) dan gaya hidup (X2). Variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif (Y) serta yang dijadikan variabel moderating yaitu kontrol diri (Z).

Definisi operasional merupakan landasan arti dan sumber pengukuran variabel penelitian (Sujarweni, 2015). Untuk definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini antara lain:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Religiositas (X1) (Kedalaman seseorang dalam meyakini adanya Tuhan yang diwujudkan dengan memenuhi perintah-Nya). (Chatijah, 2007)	<ul style="list-style-type: none">- Keyakinan (ideologis)- Praktik agama (ritualistic)- Pengalaman (experienšel)- Pengetahuan agama (intelektual)- Pengamalan (konsekuensial) (Nasir, 2020)	Likert

<p>Gaya Hidup (X2) (Kebiasaan hidup individu yang terdiri dari aktivitas fisik, minat, dan opini-opininya). (Susanto, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas (pekerjaan, hobi, hiburan komunitas, keanggotaan klub, belanja) - Minat (keluarga, mode, media) - Opini (diri sendiri, isu sosial, bisnis, ekonomi, produk) <p>(Susanto, 2013)</p>	<p>Likert</p>
<p>Kontrol Diri (Z) (Kemampuan untuk mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif). (Risnawati, 2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrol perilaku (<i>behavioral control</i>) - Kontrol kognitif (<i>cognitive control</i>) - Kontrol keputusan (<i>decision control</i>) <p>(Smet, 1994)</p>	<p>Likert</p>
<p>Perilaku Konsumtif (Y) (Keinginan membeli barang secara berlebihan yang mana barang tersebut sebenarnya kurang diperlukan dan dapat mengakibatkan pemborosan) (Lestari & Dewi, Puspita, 2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli produk karena iming-iming hadiah - Membeli produk karena kemasan yang menarik - Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi - Membeli produk atas pertimbangan harga - Membeli produk sekedar menjaga simbol status - Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 	<p>Likert</p>

	<p>produk</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi - Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) <p>(Sumartono, 2002)</p>	
--	---	--

F. Sumber Data

Data dalam penelitian ini memakai data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang akan didapatkan peneliti dengan menggunakan kuesioner ataupun wawancara. Sedangkan data sekunder ialah data yang didapat dari catatan, buku, ataupun majalah, asalnya dari instansi atau lembaga tertentu (Sujarweni, 2015).

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini teknik pengumpulan datanya dengan memakai kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis agar diisi oleh responden. Adapun metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai skala likert. Skala yang digunakan dalam riset ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang dipakai dalam mengukur tingkah laku, opini, dan sudut pandang seseorang terhadap suatu fakta sosial yang menjadi variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2014). Pedoman penyusunan kuesioner oleh peneliti ini

menyesuaikan pada jumlah variabel yang digunakan pada riset ini yaitu religiositas, gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif.

Tabel 3.1 Skala Likert

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Sugiyono, 2014)

H. Metode Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini memakai metode analisis regresi linear berganda dan perhitungan dilakukan dengan program SPSS 26.

1. Metode Suksesif Interval (MSI)

MSI merupakan suatu cara yang dipakai untuk mentransformasi data berskala ordinal menjadi data berskala interval. Transformasi MSI merupakan suatu metode dalam mentransformasi data ordinal menjadi data interval dengan cara merubah proporsi kumulatif tiap pengubah dalam kategori menjadi nilai kurva normal bakunya (Ningsih & Dukalang, 2019).

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengukuran tingkat kevalidan instrument kuesioner yang dipakai untuk pengumpulan data dalam penelitian. Dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel (Sugiyono, 2014).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas data, dalam kuantitatif sebuah data dikatakan reliabel jika data yang diperoleh sama meskipun dalam waktu berbeda dan oleh peneliti yang berbeda. Dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ (Sugiyono, 2014).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian model regresi dari kedua variable apakah berdistribusi normal atau tidak dalam rentang nilainya. (Ghozali, 2018). Manfaat dari nilai residu terdistribusi dalam model regresi adalah biasanya normal. Uji normalitas dengan demikian tidak dilakukan pada setiap variabel secara individual melainkan pada nilai residualnya. Berkali-kali kesalahan tipikal adalah menjalankan uji normalitas pada setiap variabel. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan pada riset ini bertujuan untuk mengetahui data residualnya berdistribusi secara normal atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan apabila signifikansi $>0,05$ berarti berdistribusi normal dan apabila signifikansi $<0,05$ berarti tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan ketika ingin memastikan apakah terdapat hubungan antar variabel bebas atau tidak. Kriteria berikut juga akan digunakan, bersama dengan metrik VIF dan Toleransi:

- VIF: jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas, dan jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.
- *Tolerance*: jika nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, dan jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah pengujian adakah ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain di dalam model regresi. Disebut homoskedastisitas apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, dan heteroskedastisitas apabila variansnya tidak tetap. Uji Glejser digunakan untuk menguji heteroskedastisitas yaitu dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikansinya $> 0,05$ dan heteroskedastisitas terjadi jika nilai signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2018).

4. Uji Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk melihat arah dan besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Dimana:

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Religiositas

X_2 = Gaya Hidup

e = Standar Error

b. Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis / MRA*)

Uji MRA ialah untuk mengetahui variabel moderasi menguatkan atau melemahkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2011). Persamaan variabel moderasinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_4 \cdot X_1 * Z + b_5 \cdot X_2 * Z + e$$

Dimana:

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

b_1 = Koefisien Religiositas

b_2 = Koefisien Gaya Hidup

b_3 = Koefisien Kontrol Diri

b_4 = Koefisien Religiositas*Kontrol Diri

b_5 = Koefisien Gaya Hidup*Kontrol Diri

X_1 = Religiositas

X_2 = Gaya Hidup

Z = Kontrol Diri

e = Standar Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk mengetahui hubungan parsial antara variabel bebas dan terikat. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan signifikansi $> 0,05$ berarti tidak ada pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$ yang berarti secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya. (Sujarweni, 2015)

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Apabila semakin besar nilai R^2 maka semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya apabila R^2 semakin kecil maka variabel bebas pengaruhnya semakin lemah terhadap variabel terikat. (Sujarweni, 2015).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Adapun metode penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan 96 mahasiswa sebagai respondennya yang terdiri atas mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah.

Dalam kuesioner penelitian terdiri atas bagian awal yang berisi mengenai identitas responden dan bagian kedua berisi pernyataan-pernyataan dari variabel yang menjadi variabel penelitian. Pendistribusian dan pengumpulan data kuesioner dilaksanakan Oktober – November 2023. Kuesioner dibagikan dengan menggunakan *link google form* yang disebarakan melalui sosial media.

1. Karakteristik Responden

a. Mahasiswa aktif FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Tabel 4.1 Data Responden Mahasiswa FEBI

Mahasiswa Aktif		Presentase
EKOS	59	61%
PBS	16	17%
AKSYA	21	22%
Jumlah	84	100%

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.1 tersebut disimpulkan bahwa responden mahasiswa aktif program studi Ekonomi Syariah sebanyak 59 mahasiswa atau 61,5%, Perbankan Syariah sebanyak 16 mahasiswa atau 16,7% dan Akuntansi Syariah sebanyak 21 mahasiswa atau 21,9%. Maka dapat diartikan bahwa mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang merupakan pengguna shopee paylater didominasi oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah.

b. Umur 18 - 25 tahun.

Tabel 4.2 Data Umur Responden

Umur		Persentase
18 tahun	3	3%
19 tahun	13	13%
20 tahun	14	15%
21 tahun	19	20%
22 tahun	26	27%
23 tahun	16	17%
24 tahun	5	5%
25 tahun	0	0
Jumlah	96	100%

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.2 tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan umur 18 tahun sebanyak 3 orang atau 3,1%, umur 19 tahun sebanyak 13 orang atau 13,5%, umur 20 tahun sebanyak 14 orang atau 14,6%, umur 21 tahun sebanyak 19 orang atau 19,8%, umur 22 tahun sebanyak 26 orang atau 27,1%, umur 23 tahun sebanyak 16 orang atau

16,7%, dan umur 24 tahun sebanyak 5 orang atau 5,2%, sedangkan untuk umur 25 tahun tidak ada respondennya. Maka dapat diartikan bahwa mahasiswa aktif pengguna dompet digital mayoritas berumur 22 tahun.

- c. Memiliki akun Shopee dan terdaftar sebagai pengguna Shopee Paylater

Tabel 4.3 Data Pengguna Shopee Paylater

Pengguna Shopee Paylater		Persentase
Shopee Paylater	96	100%
Total		100%

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.3 tersebut disimpulkan bahwa sebanyak 96 responden atau 100% responden terdaftar sebagai pengguna shopee paylater.

- d. Melakukan transaksi belanja melalui Shopee Paylater

Tabel 4.4 Data Transaksi Penggunaan Shopee Paylater

Transaksi Dalam Sebulan		Persentase
<2 kali	77	80%
>2 kali	19	20%
Jumlah	96	100%

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.4 tersebut disimpulkan bahwa responden melakukan transaksi belanja 2 kali sebanyak 77 pengguna atau 80% dan >2 kali sebanyak 19 pengguna atau 20% dalam kurun waktu sebulan.

2. Karakteristik Tanggapan Responden

Berikut ini deskripsi data hasil tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner mengenai pengaruh Religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater dengan kontrol diri sebagai variabel moderating yang disajikan berdasarkan masing-masing variabel.

a. Variabel religiositas (X1)

Tabel 4.5 Hasil Jawaban responden terhadap Variabel X1

Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
X1.1	54	42	0	0	0	96
X1.2	38	43	15	0	0	96
X1.3	34	47	15	0	0	96
X1.4	20	43	33	0	0	96
X1.5	38	51	7	0	0	96

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.5 tanggapan responden pada variabel Religiositas (X1) pada pernyataan X1.1 sebanyak 54 responden memilih SS (Sangat Setuju), 42 responden memilih S (Setuju), tidak ada responden yang memilih K (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X1.2 sebanyak 38 responden memilih SS (Sangat Setuju), 43 responden memilih S (Setuju), 15 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak

Setuju). Pernyataan X1.3 sebanyak 34 responden memilih SS (Sangat Setuju), 47 responden memilih S (Setuju), 15 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X1.4 sebanyak 20 responden memilih SS (Sangat Setuju), 43 responden memilih S (Setuju), 33 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X1.5 sebanyak 38 responden memilih SS (Sangat Setuju), 51 responden memilih S (Setuju), 7 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

b. Variabel gaya hidup (X2)

Tabel 4.6 Hasil Jawaban responden terhadap Variabel X2

Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
X2.1	1	24	63	8	0	96
X2.2	2	23	61	10	0	96
X2.3	5	46	45	0	0	96
X2.4	4	35	53	4	0	96
X2.5	7	29	57	3	0	96
X2.6	17	58	21	0	0	96

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 tanggapan responden pada variabel gaya hidup (X2) pada pernyataan X2.1 sebanyak 1 responden memilih SS (Sangat Setuju), 24 responden memilih S (Setuju), 63 responden

memilih K (Kurang Setuju), 8 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X2.2 sebanyak 2 responden memilih SS (Sangat Setuju), 23 responden memilih S (Setuju), 61 responden memilih KS (Kurang Setuju), 10 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X2.3 sebanyak 5 responden memilih SS (Sangat Setuju), 46 responden memilih S (Setuju), 45 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X2.4 sebanyak 4 responden memilih SS (Sangat Setuju), 35 responden memilih S (Setuju), 53 responden memilih KS (Kurang Setuju), 4 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X1.5 sebanyak 7 responden memilih SS (Sangat Setuju), 29 responden memilih S (Setuju), 57 responden memilih KS (Kurang Setuju), 3 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan X2.6 sebanyak 17 responden memilih SS (Sangat Setuju), 58 responden memilih S (Setuju), 21 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

c. Variabel kontrol diri (Z)

Tabel 4.7 Hasil Jawaban responden terhadap Variabel Z

Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Z1	37	47	12	0	0	96
Z2	7	30	55	4	0	96
Z3	28	52	15	1	0	96
Z4	16	45	34	1	0	96
Z5	16	38	42	0	0	96
Z6	26	45	25	0	0	96

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 tanggapan responden pada variabel Kontrol Diri (Z) pada pernyataan Z.1 sebanyak 37 responden memilih SS (Sangat Setuju), 47 responden memilih S (Setuju), 12 responden memilih K (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Z.2 sebanyak 7 responden memilih SS (Sangat Setuju), 30 responden memilih S (Setuju), 55 responden memilih KS (Kurang Setuju), 4 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Z.3 sebanyak 28 responden memilih SS (Sangat Setuju), 52 responden memilih S (Setuju), 15 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Z.4 sebanyak 16 responden memilih SS (Sangat Setuju), 45 responden memilih S (Setuju), 34 responden memilih KS (Kurang Setuju), 1 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang

memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Z.5 sebanyak 16 responden memilih SS (Sangat Setuju), 38 responden memilih S (Setuju), 42 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Z.6 sebanyak 26 responden memilih SS (Sangat Setuju), 45 responden memilih S (Setuju), 25 responden memilih KS (Kurang Setuju), tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

d. Variabel perilaku konsumtif (Y)

Tabel 4.8 Hasil Jawaban responden terhadap Variabel Y

Pernyataan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Y1	8	39	37	12	0	96
Y2	5	17	40	30	4	96
Y3	3	27	44	20	2	96
Y4	12	44	32	7	1	96
Y5	3	7	35	46	5	96
Y6	5	19	43	26	3	96
Y7	2	7	37	38	12	96
Y8	4	15	40	36	1	96

(Sumber: data primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 tanggapan responden pada variabel perilaku konsumtif (Y) pada pernyataan Y.1 sebanyak 8 responden memilih SS (Sangat Setuju), 39 responden memilih S (Setuju), 37 responden memilih K (Kurang Setuju), 12 responden memilih TS (Tidak Setuju),

dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.2 sebanyak 5 responden memilih SS (Sangat Setuju), 17 responden memilih S (Setuju), 40 responden memilih KS (Kurang Setuju), 30 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 4 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.3 sebanyak 3 responden memilih SS (Sangat Setuju), 27 responden memilih S (Setuju), 44 responden memilih KS (Kurang Setuju), 20 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 2 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.4 sebanyak 12 responden memilih SS (Sangat Setuju), 44 responden memilih S (Setuju), 32 responden memilih KS (Kurang Setuju), 7 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 1 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.5 sebanyak 3 responden memilih SS (Sangat Setuju), 7 responden memilih S (Setuju), 35 responden memilih KS (Kurang Setuju), 46 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 5 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.6 sebanyak 5 responden memilih SS (Sangat Setuju), 19 responden memilih S (Setuju), 43 responden memilih KS (Kurang Setuju), 26 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 3 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.7 sebanyak 2 responden memilih SS (Sangat Setuju), 7 responden memilih S (Setuju), 37 responden memilih KS (Kurang Setuju), 38 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 12 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan Y.8 sebanyak 4 responden memilih

SS (Sangat Setuju), 15 responden memilih S (Setuju), 40 responden memilih KS (Kurang Setuju), 36 responden memilih TS (Tidak Setuju) dan 1 responden memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

B. Analisis Data

1. Metode Succesive Interval

Data yang didapat dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berskala ukur ordinal. Sedangkan syarat untuk menggunakan analisis regresi (parametrik) yaitu data harus berskala metrik (interval atau rasio). Oleh karena itu, sebelum diolah maka data ordinal yang diperoleh harus diubah agar berskala interval dengan menggunakan Metode Succesive Interval (MSI) dan setelahnya dapat dilanjutkan analisis regresinya.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS 26 dengan kriterianya yaitu dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Religiositas (X1)	X1.1	0,381	0,1689	Valid
	X1.2	0,761		Valid
	X1.3	0,805		Valid
	X1.4	0,744		Valid
	X1.5	0,714		Valid

Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,344	0,1689	Valid
	X2.2	0,616		Valid
	X2.3	0,450		Valid
	X2.4	0,390		Valid
	X2.5	0,551		Valid
	X2.6	0,290		Valid
Kontrol Diri (Z)	Z.1	0,469	0,1689	Valid
	Z.2	0,482		Valid
	Z.3	0,502		Valid
	Z.4	0,577		Valid
	Z.5	0,627		Valid
	Z.6	0,553		Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,716	0,1689	Valid
	Y.2	0,695		Valid
	Y.3	0,820		Valid
	Y.4	0,691		Valid
	Y.5	0,760		Valid
	Y.6	0,735		Valid
	Y.7	0,794		Valid
	Y.8	0,755		Valid

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Dari tabel 4.9 tersebut menunjukkan bahwa nilai r hitung pada masing-masing pernyataan dari masing-masing variabel lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,1689 maka semua pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji digunakan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas data, dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Religiositas (X1)	0,775	6	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,626	7	Reliabel
Kontrol Diri (Z)	0,708	7	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,780	9	Reliabel

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Religiositas, gaya hidup, Kontrol Diri, dan perilaku konsumtif adalah $> 0,60$ maka data dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji digunakan untuk menyatakan bahwa data berdistribusi normal atau mendekati normal menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan signifikansi $> 0,05$ yang berarti data berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	96

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.77052568
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.038
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 tersebut hasil pengolahan data uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai Asymp. Sig 0,200 yang berarti nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji digunakan untuk mengetahui adakah korelasi antar variabel bebas (independen) pada model regresi dengan kriteria nilai VIF < 10 dan angka tolerance $> 0,1$ maka dinyatakan bebas multikolinearitas.

Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tol.	VIF
1	(Constant)	-1.831	7.649		-.239	.811		
	Religiositas	-.121	.237	-.054	-.510	.611	.857	1.167
	Gaya Hidup	.833	.310	.270	2.688	.009	.931	1.074
	Kontrol Diri	.472	.238	.210	1.987	.050	.844	1.185

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$ maka dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji digunakan untuk mengetahui adakah ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain di dalam model regresi. Pengujiannya menggunakan uji Glejser dengan kriteria heteroskedasitas tidak terjadi jika nilai signifikansinya $> 0,05$.

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.548	4.287		-1.527	.130
	Religiositas	.258	.133	.210	1.939	.056

	Gaya Hidup	.208	.174	.124	1.197	.234
	Kontrol Diri	.027	.133	.022	.203	.840
a. Dependent Variable: ABS_RES						

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut dengan uji Glejser diperoleh hasil uji heteroskedastisitas yaitu nilai signifikansi dari masing-masing variabel $> 0,05$ maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Berganda

Uji analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan Analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis / MRA*).

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk melihat arah dan besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Uji digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh positif atau negatif dari variabel Religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Adapun hasil pengujian analisis regresi linear berganda ialah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.655	2.898		1.261	.210
	Religiositas	.034	.091	.031	.374	.709
	Gaya Hidup	.941	.124	.623	7.591	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut, diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

$$Y = 3,655 + (0,034) X_1 + (0,941) X_2 + e$$

Dari persamaan di atas, maka dapat diketahui:

- i. Nilai konstanta (a) pada persamaan tersebut ialah 3,655 yang berarti variabel Religiositas dan gaya hidup diasumsikan sama dengan nol, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 3,655.
- ii. Nilai koefisien regresi variabel religiositas (X1) ialah sebesar 0,034 yang berarti jika variabel religiositas (X1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 0,034.
- iii. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) ialah sebesar 0,941 yang berarti jika variabel gaya hidup (X2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif

pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 0,941.

b. Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis/ MRA*)

Analisis regresi moderasi digunakan untuk mengetahui variabel moderasi akan menguatkan atau melemahkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2011). Adapun hasil pengujian analisis regresi moderasi ialah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	69.189	27.030		2.560	.012
	Religiositas	-.696	.804	-.627	-.865	.389
	Gaya Hidup	-1.666	1.185	-1.104	-1.406	.163
	Kontrol Diri	-2.684	1.146	-2.436	-2.342	.021
	Religiositas* Kontrol Diri	.029	.035	.966	.833	.407
	Gaya Hidup*Kon- trol Diri	.108	.050	2.944	2.164	.033

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot Z + b_4 \cdot X_1 \cdot Z + b_5 \cdot X_2 \cdot Z + e$$

$$Y = 69,189 + (-0,696) X_1 + (-1,666) X_2 + (-2,684) Z + 0,029 X_1 \cdot Z + 0,108 X_2 \cdot Z + e$$

Dari persamaan di atas, maka dapat diketahui:

- i. Nilai konstanta (a) pada persamaan regresi tersebut ialah 69,189 yang berarti variabel religiositas, gaya hidup dan interaksi antara variabel moderasi dengan variabel independen diasumsikan sama dengan nol, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 69,189.
- ii. Nilai koefisien regresi variabel religiositas (X1) ialah sebesar -0,696 yang berarti jika variabel religiositas (X1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater oleh mahasiswa akan mengalami penurunan sebesar 0,696.
- iii. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) ialah sebesar -1,666 yang berarti jika variabel gaya hidup (X2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami penurunan sebesar 1,666.
- iv. Nilai koefisien regresi kontrol diri (Z) ialah sebesar -2,684 yang berarti jika variabel kontrol diri (Z) mengalami peningkatan

sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami penurunan sebesar 2,684.

v. Nilai koefisien regresi interaksi antara religiositas (X1) dan kontrol diri (Z) ialah sebesar 0,029 yang berarti jika terjadi interaksi antara religiositas (X1) dan kontrol diri (Z), maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 0,029.

vi. Nilai koefisien regresi interaksi antara gaya hidup (X2) dan kontrol diri (Z) ialah sebesar 0,108 yang berarti jika terjadi interaksi antara gaya hidup (X2) dan kontrol diri (Z), maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater akan mengalami peningkatan sebesar 0,108.

5. Uji Hipotesis

Teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan meregresikan variabel independen (religiositas dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Sedangkan untuk menguji pengaruh variabel moderasi (kontrol diri) dengan menggunakan teknik *Moderated Regression Analysis* / MRA.

a. Hasil Uji Hipotesis Penelitian H_1 dan H_2

Pengujian hipotesis penelitian H_1 dan H_2 menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif oleh mahasiswa. Adapun hasil ujinya:

i. Uji Parsial (Uji t)

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel religiositas (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) secara parsial dengan kriteria hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (df = 92) dengan signifikansi $< 0,05$.

Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.655	2.898		1.261	.210
	Religiositas	.034	.091	.031	.374	.709
	Gaya Hidup	.941	.124	.623	7.591	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.16 tersebut, hasil analisis regresi secara parsial sebagai berikut:

- Nilai t hitung variabel religiositas $0,374 < t$ tabel $1,662$ dan signifikansi $0,709 > 0,05$ yang berarti bahwa H_{01} diterima, maka disimpulkan variabel religiositas tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- Nilai t hitung variabel gaya hidup $7,591 > t$ tabel $1,662$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa H_2 diterima, maka disimpulkan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater mahasiswa.

ii. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (religiositas dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif).

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.384	1.970
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Religiositas				

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.17 tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,384 yang berarti pengaruh variabel independen (religiositas dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 38,4%. Sedangkan 61,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

b. Hasil Uji Hipotesis Penelitian H_3 dan H_4 setelah dimoderasi

Pengujian hipotesis penelitian H_3 dan H_4 menggunakan analisis regresi moderasi untuk menguji pengaruh religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater yang dimoderasi dengan kontrol diri. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

i. Uji Parsial (Uji t) setelah dimoderasi

Uji t dalam variabel moderating ialah untuk mengetahui pengaruh variabel kontrol diri dalam memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan kriteria

hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (df =91) dengan signifikansi $<0,05$.

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) setelah dimoderasi

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	69.189	27.030		2.560	.012	
Religiositas	-.696	.804	-.627	-.865	.389	
Gaya Hidup	-1.666	1.185	-1.104	-1.406	.163	
Kontrol Diri	-2.684	1.146	-2.436	-2.342	.021	
Religiositas* Kontrol Diri	.029	.035	.966	.833	.407	
Gaya Hidup*Kon- trol Diri	.108	.050	2.944	2.164	.033	

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.18 tersebut, hasil analisis regresi moderasi secara parsial sebagai berikut:

- a) Nilai t hitung variabel religiositas*kontrol diri $0,833 < t$ tabel $1,291$ dan signifikansi $0,407 > 0,05$ yang berarti bahwa variabel kontrol diri memperlemah hubungan antara variabel religiositas dan variabel perilaku konsumtif.
- b) Nilai t hitung variabel gaya hidup*kontrol diri $2,164 > t$ tabel $1,291$ dan signifikansi $0,033 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel

kontrol diri menguatkan hubungan antara variabel gaya hidup dan variabel perilaku konsumtif.

ii. Uji Koefisien Determinasi (R^2) setelah dimoderasi

Uji untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kontrol diri dalam memoderasi hubungan antara variabel independen (religiositas dan gaya hidup) dengan variabel dependen (perilaku konsumtif).

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) setelah dimoderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.431	1.894
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup*Kontrol Diri, Religiositas, Gaya Hidup, Kontrol Diri, Religiositas*Kontrol Diri				

(Sumber: data diolah hasil Output SPSS versi 26, 2023)

Berdasarkan tabel 4.19 tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,431 yang berarti pengaruh variabel variabel independen (religiositas dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) yang dimoderasi dengan variabel kontrol diri sebesar 43,1%. Sedangkan 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Religiositas terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $0,623 < t$ tabel $1,662$ dan nilai $sig. > 0,05$ ($0,709 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa religiositas (X_1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pengguna shopee paylater.

Artinya religiositas tinggi tidak akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya. Jadi, jika mahasiswa memiliki religiositas yang baik dan benar maka itu tidak mempunyai pengaruh apapun terhadap perilaku konsumtifnya. Hal ini menandakan bahwa religiositas yang diterapkan dalam diri mahasiswa belum sesuai dalam kegiatan konsumsinya.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Anifa (2020) mengatakan bahwa religiositas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga tinggi rendahnya religiositas tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Hal ini

dibuktikan dengan nilai t hitung $7,591 > t$ tabel $1,662$ dan nilai $\text{sig.} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pengguna shopee paylater.

Artinya, jika gaya hidup yang tinggi maka perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa akan semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena mahasiswa senang mengikuti trend-trend terbaru. Dengan melihat gaya hidup seseorang saat ini, yang senang mengikuti tren dan perkembangan zaman maka adanya metode pembayaran paylater ini tentu dapat mengubah pola hidup seseorang. Mereka akan lebih mudah memiliki barang yang diinginkan walaupun dalam kondisi sedang tidak memiliki uang.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gina Rahmawati (2022) mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi milenial. Sehingga semakin tinggi gaya hidup maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

3. Pengaruh Kontrol Diri memoderasi pengaruh Religiositas terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memoderasi pengaruh religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $0,833 < t$ tabel

1,291 dan nilai sig. $> 0,05$ ($0,407 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri memperl lemah pengaruh religio sitas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater.

Uji t pada analisis ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memperl lemah hubungan antara variabel religio sitas terhadap perilaku konsumtif. Maka disimpulkan bahwa variabel kontrol diri memperl lemah hubungan antara religio sitas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.

4. Pengaruh Kontrol Diri memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $2,164 > t$ tabel $1,291$ dan nilai sig. $< 0,05$ ($0,033 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater.

Uji t pada analisis ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memperkuat hubungan antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Maka disimpulkan bahwa variabel kontrol diri memperkuat hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa yang dimoderasi oleh variabel kontrol diri. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji analisis menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.
2. Berdasarkan hasil uji analisis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) religiositas memperlemah hubungan antara religiositas terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) kontrol diri memperkuat hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi PT. Shopee Indonesia diharapkan agar memberikan informasi yang jelas terutama terkait denda keterlambatan. Sebaiknya untuk denda keterlambatan langsung diberitahu di awal transaksi agar pengguna tidak merasa terkejut dengan denda keterlambatan yang harus dibayar walaupun sebelum jatuh tempo pihak Shopee sudah mengingatkan untuk membayar cicilan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sejenis diharapkan dapat meneliti dengan studi kasus yang berbeda dan sampel yang lebih luas serta dapat menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
- b. Untuk populasi dan sampel penelitian lebih diperluas lagi, tidak hanya kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan saja namun dapat juga mahasiswa se-Pekalongan, gen Z, karyawan, ibu rumah tangga dan sebagainya agar hasil penelitian dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F., Utomo, S. W., & Yusdita, E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5, 2.
- Abdillah, L. A. (2020). FinTech E-Commerce Payment Application User Experience Analysis during COVID-19 Pandemic. *Scientific Journal of Informatics*, 7, 2.
- Alimbudiono, L. S. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12, 1.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (e-Bm)*, 3, 1.
- Faisol, Astuti, P., & Winarko, S. P. (2021). The Role of Technology Usage in Mediating Intellectual Capital on SMEs Performance During the Covid-19 Era. *Etikonomi*, 20, 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.

Gumulya, J., & Widyastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 11, 2.

Hasanah, R. (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater dari Marketplace Shopee*. Thesis, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Jalaludin. (2015). *Psikologi Agama Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.

KPKNL Bandung. (2023). Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Luthfianto, D., & Heru, S. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFÉ JALAN KOREA. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1.

Manuntung, A. (2018). *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*. Malang: Wineka Media.

- Najtama, F. (2017). Religiositas dan Kehidupan Sosial Keagamaan. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 9, 2.
- Nasir, M. D. (2020). Religisitas Mahasiswa Perbankan Syariah S1 UIN Malang yang Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 1.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura: Journal of Mathematics*, 1, 1.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Perbandingan Buy Now Pay Later dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9, 2.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri Ecommerce Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, 4, 1.
- Prasetya, D. I., & Edwar, M. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jejaring Sosial Twitter di Surabaya*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8, 3.

Smet, B. (1994). Psikologi Kesehatan. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sejarah Shopee. (2023). Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia

Shopee Indonesia. (2023). Retrieved from About: <https://cares.shopee.co.id/about/>

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian. Jakarta: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia.

Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jibeka*, 7.

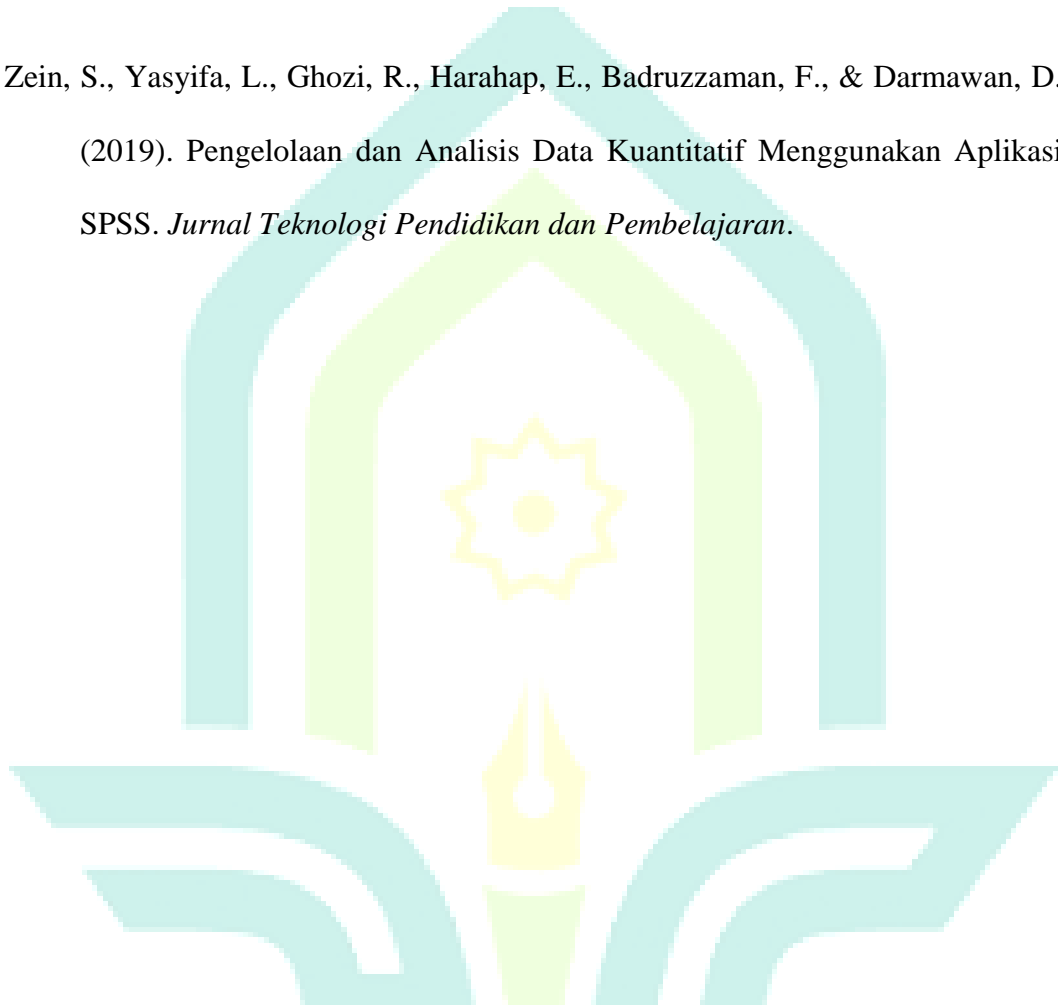
Tarigan, D. I. (2015). Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Journal Acta Diurna*, 4, 4.

Thalib, S. B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana.

Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7, 2.

Wijaya, T. (2013). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zein, S., Yasyifa, L., Khozi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengelolaan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

**PENGARUH RELIGIOSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DENGAN
KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN K.H.
ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Halo teman-teman, perkenalkan saya Ristya Aulia Asmarani 4119188 mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Religiositas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)”. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner tugas akhir saya.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu dan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah (S.E). Segala informasi yang ada dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian Atas bantuan dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Ristya Aulia Asmarani

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pilih salah satu jawaban di bawah ini:

1. Apakah anda mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?
 - Ya
 - Tidak
2. Asal program studi?
 - Ekonomi Syariah
 - Perbankan Syariah
 - Akuntansi Syariah
3. Apakah anda pengguna shopee paylater?
 - Ya
 - Tidak
4. Berap kali anda menggunakan shopee paylater dalam sebulan?
 - <2 kali
 - >2 kali
5. Berapa rata-rata nilai transaksi menggunakan shopee paylater dalam sebulan?
 - <200.000
 - >200.000

Petunjuk pengisian kuesioner:

Isilah jawaban dari pertanyaan atau pernyataan dengan jujur dan sebenarnya, dengan cara memberi tanda (√) pada salah satu kotak sesuai dengan pilihan jawaban.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju (bobot nilai 1)

TS : Tidak Setuju (bobot nilai 2)

KS : Kurang Setuju (bobot nilai 3)

S : Setuju (bobot nilai 4)

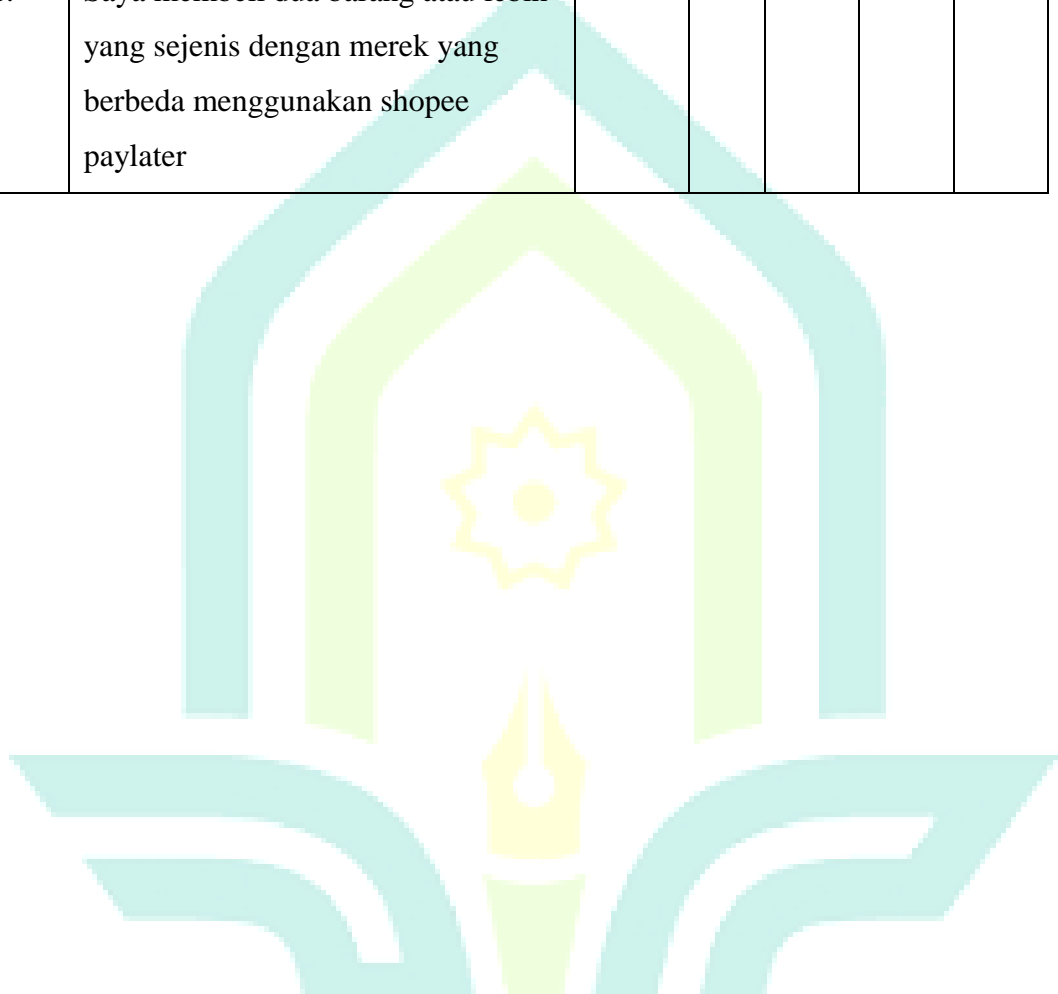
SS : Sangat Setuju (bobot nilai 5)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
RELIGIOSITAS						
1.	Saya meyakini bahwa Islam telah mengatur segala hal dalam hidup termasuk dalam transaksi jual beli					
2.	Saya selalu berusaha melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam					
3.	Saya memiliki rasa takut jika transaksi jual beli saya tidak sesuai syariat Islam					
4.	Saya selalu mencari informasi terkait					

	hukum dari transaksi pembelian yang saya lakukan					
5.	Ajaran agama menjadi patokan utama saya dalam melakukan transaksi jual beli					
GAYA HIDUP						
1.	Saya mengisi waktu luang dengan berbelanja atau mengonsumsi produk yang sedang tren					
2.	Saya harus berpenampilan sesuai tren dan fashionable					
3.	Saya merasa senang jika tampil mengikuti tren					
4.	Saya mudah tertarik pada suatu produk yang sedang tren dan ingin membeli					
5.	Menurut saya, mengikut tren agar tidak ketinggalan zaman					
6.	Menurut saya, menjadi tren dan fashionable terlihat dari apa yang saya gunakan					
KONTROL DIRI						
1.	Saya selalu mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan					
2.	Saya tidak tertarik untuk membeli produk-produk yang membuat saya lebih modis dan trendy					
3.	Apabila saya ingin membeli suatu barang menunggu sampai saat ada					

	program diskon, pameran, dan sejenisnya untuk menghemat uang					
4.	Konsumsi barang atau jasa yang saya lakukan sesuai dengan perencanaan anggaran pengeluaran					
5.	Tingkat pengeluaran pribadi selalu lebih kecil dari tingkat pendapatan					
6.	Saya selalu menahan diri untuk membeli barang yang saya inginkan tetapi kurang dibutuhkan					
PERILAKU KONSUMTIF						
1.	Saya membeli suatu produk untuk mendapatkan hadiah promo tertentu menggunakan shopee paylater					
2.	Saya membeli suatu produk karena kemasan menarik menggunakan shopee paylater					
3.	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul, dan trendy menggunakan shopee paylater					
4.	Saya membeli suatu produk untuk mendapatkan diskon atau gratis ongkir menggunakan shopee paylater					
5.	Saya membeli bermerek karena untuk memperoleh pengakuan dari orang lain menggunakan shopee paylater					
6.	Saya tertarik membeli dan memakai					

	produk yang diiklankan oleh artis atau influencer idola saya menggunakan shopee paylater					
7.	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal menggunakan shopee paylater					
8.	Saya membeli dua barang atau lebih yang sejenis dengan merek yang berbeda menggunakan shopee paylater					



Lampiran 2 Data Mentah Jawaban Responden

DATA MENTAH JAWABAN RESPONDEN

Variabel Religiositas (X1) dan Gaya Hidup (X2)

No.	RELIGIOSITAS (X1)					GAYA HIDUP (X2)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	5	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3
2	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4
3	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3
4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	4
5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	4
6	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
7	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
8	4	5	4	5	4	3	4	5	3	3	4
9	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5
10	5	4	4	5	4	3	4	3	3	5	3
11	5	5	5	5	5	2	4	3	3	4	4
12	5	5	4	5	5	3	3	3	4	2	3
13	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3
14	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4
15	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3
16	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	4
17	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
18	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	5
19	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4
20	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4
21	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5
22	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4

23	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
24	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3
25	5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3
28	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4
29	5	4	5	5	5	3	3	4	3	3	5
30	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	3
31	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	5
32	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4
33	5	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4
34	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4
35	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	5
36	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3
37	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3
38	5	5	4	3	4	4	2	3	3	3	5
39	4	3	3	4	4	3	2	3	3	5	4
40	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3
41	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5
42	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5
43	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
44	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	5
45	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
46	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5
47	5	4	5	5	4	3	2	3	3	3	5
48	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4
49	5	4	5	5	5	4	3	5	5	3	4
50	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
51	5	5	5	5	5	2	3	5	3	3	3
52	5	5	4	4	5	4	3	3	2	4	4

53	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3
54	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4
55	4	5	4	3	5	2	3	4	4	3	4
56	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4
57	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
58	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3
59	5	4	5	4	5	3	3	3	4	3	5
60	4	5	3	4	4	4	3	4	3	3	5
61	5	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4
62	4	5	5	3	5	3	3	4	5	4	4
63	5	4	5	5	5	3	2	3	4	2	4
64	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4
65	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
66	5	5	4	4	5	3	3	4	3	3	4
67	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3
68	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
69	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4
70	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
71	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
72	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	5
73	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
74	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	4
75	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
76	4	5	5	4	5	3	3	4	3	4	5
77	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
78	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4
79	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
80	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	5
81	5	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4
82	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4

83	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4
84	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4
85	5	5	4	4	5	3	3	4	2	3	4
86	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
87	5	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4
88	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4
89	4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	3
90	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4
91	5	3	3	3	5	3	2	3	3	3	4
92	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
93	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	4
94	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4
95	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
96	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4

Variabel Kontrol Diri (Z) dan Perilaku Konsumtif (Y)

No	KONTROL DIRI (Z)						PERILAKU KONSUMTIF (Y)							
	Z. 1	Z. 2	Z. 3	Z. 4	Z. 5	Z. 6	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8
1	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3
2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	3	2
4	3	4	5	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3
5	5	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4
6	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2
7	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3
8	3	3	5	5	3	5	5	4	4	4	3	2	2	2
9	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2

10	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
11	4	2	4	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2
12	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	3
13	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
14	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	3	2	2
15	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5
16	4	3	4	4	3	5	3	3	3	4	2	2	3	3
17	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
18	5	5	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	2	2
19	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	2	3	2	2
20	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3
25	4	3	4	3	3	5	2	2	3	3	2	2	2	2
26	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3
27	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
29	5	3	4	5	5	5	3	1	2	2	2	4	2	4
30	5	3	2	5	5	4	2	3	2	3	1	2	2	2
31	3	4	4	3	4	5	5	3	1	2	2	2	1	2
32	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	2	4	2	3
33	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	1	3
34	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
35	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	1	3	2	3
36	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3
37	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	3	3
38	4	3	4	4	4	5	2	2	2	3	1	2	1	2
39	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	1

40	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4
41	5	3	5	4	5	3	3	4	1	4	2	3	1	3
42	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4
43	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	2	2	2	3
44	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2
45	5	3	4	3	5	3	2	3	3	3	2	1	2	3
46	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
47	3	4	5	4	4	5	3	3	2	3	1	2	3	2
48	4	4	3	4	3	4	2	2	3	2	3	1	2	2
49	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4
50	5	2	5	5	3	5	5	1	3	5	2	1	2	3
51	4	4	3	4	3	4	2	3	2	1	2	2	1	3
52	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	2	3	3
53	5	3	5	5	4	5	2	2	2	2	3	2	1	2
54	4	3	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
55	5	3	4	4	3	5	2	2	2	4	2	3	2	2
56	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	1	3
57	5	3	5	4	3	3	4	1	3	4	2	3	1	2
58	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3
59	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3
60	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	2	3	2	2
61	4	3	4	3	4	5	3	2	4	5	3	5	3	4
62	4	5	4	4	5	4	3	2	3	4	2	2	2	2
63	5	3	4	3	3	3	4	2	2	5	2	2	2	3
64	5	3	4	4	3	5	3	2	3	3	2	3	1	2
65	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2
66	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2
67	5	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	3	2	3
68	5	3	5	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2
69	5	4	5	5	4	5	3	1	3	3	3	3	1	3

70	5	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
71	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	1	2
72	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3
73	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	2	3
74	4	3	5	3	4	3	4	2	4	3	2	3	2	2
75	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	1	3
76	3	2	3	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2
77	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
78	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	5	3	3
79	4	5	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2
80	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	2	2
81	5	3	5	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2
82	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	2	2
83	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2
84	5	4	5	3	4	5	3	3	3	3	2	2	3	3
85	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	3	3	2
86	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3
87	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4
88	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4
89	3	4	5	3	5	3	4	3	3	5	2	2	2	2
90	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
91	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4
92	5	3	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
93	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
94	5	4	3	3	3	5	3	2	3	4	3	4	3	4
95	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3
96	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4

Lampiran 3 Hasil MSI

HASIL METHOD OF SUCCESIVE INTERVAL (MSI)

Religiositas (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	2.216	3.119	2.947	3.298	15.023
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
4.770	4.795	4.546	4.378	3.298	21.787
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	3.119	4.378	4.745	21.807
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	4.795	4.546	4.378	4.745	21.907
2.225	3.424	4.546	4.378	3.298	17.871
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	1.499	1.000	1.000	3.298	11.566
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
3.443	4.795	4.546	2.947	3.298	19.029
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
4.770	1.000	1.000	1.000	4.745	12.514
4.770	3.424	3.119	4.378	4.745	20.435
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	3.119	4.378	4.745	21.807
2.225	2.216	3.119	1.469	2.020	11.050
3.443	2.216	1.857	1.786	3.298	12.600
2.225	2.216	1.857	2.947	3.298	12.543
4.770	3.424	3.119	4.378	3.298	18.989
3.443	4.795	4.546	4.378	3.298	20.460

4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
4.770	3.424	3.119	4.378	4.745	20.435
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
2.225	2.216	1.857	2.947	3.298	12.543
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
2.225	4.795	1.857	2.947	3.298	15.122
3.443	3.424	4.546	4.378	4.745	20.535
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	3.424	4.546	4.378	4.745	21.862
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
2.225	3.424	3.119	2.947	2.020	13.736
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
2.225	3.424	3.119	2.947	3.298	15.013
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	2.020	14.953
2.225	4.795	4.546	4.378	3.298	19.242
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	4.546	4.378	1.000	19.489
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	4.378	1.499	15.863
2.225	2.216	1.857	1.786	2.020	10.105
3.443	3.424	3.119	4.378	4.745	19.108
2.225	4.795	4.546	4.378	4.745	20.689
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	3.424	4.546	2.947	4.745	20.431
1.000	4.795	3.119	4.378	4.745	18.038
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234

4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
3.443	3.424	3.119	2.947	4.745	17.677
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	2.216	3.119	2.947	2.020	13.746
2.225	4.795	3.119	2.947	2.020	15.107
3.443	2.216	1.857	2.947	3.298	13.760
3.443	3.424	3.119	2.947	4.745	17.677
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
2.225	2.216	3.119	2.947	3.298	13.806
4.770	3.424	3.119	4.378	4.745	20.435
2.225	4.795	4.546	2.947	3.298	17.811
2.225	2.216	1.857	1.786	3.298	11.382
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	1.857	1.786	4.745	17.952
3.443	3.424	4.546	4.378	3.298	19.088
4.770	4.795	3.119	2.947	3.298	18.929
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	2.216	3.119	2.947	3.298	15.023
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
4.770	4.795	4.546	4.378	3.298	21.787
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	3.119	4.378	4.745	21.807
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	3.424	4.546	4.378	4.745	20.535
3.443	3.424	4.546	4.378	3.298	19.088
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	3.424	3.119	2.947	3.298	17.557
4.770	3.424	4.546	4.378	4.745	21.862

3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	2.216	3.119	2.947	3.298	15.023
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234
4.770	4.795	4.546	4.378	3.298	21.787
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	4.795	3.119	4.378	4.745	21.807
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
3.443	4.795	4.546	4.378	4.745	21.907
2.225	3.424	4.546	4.378	3.298	17.871
3.443	3.424	3.119	2.947	3.298	16.230
4.770	1.499	1.000	1.000	3.298	11.566
4.770	4.795	4.546	4.378	4.745	23.234

Gaya Hidup (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
3.413	3.847	3.889	2.591	4.022	1.000	18.763
3.413	2.487	2.456	2.591	5.101	2.408	18.456
3.413	2.487	2.456	3.953	2.726	1.000	16.036
3.413	3.847	1.000	2.591	2.726	2.408	15.986
4.849	2.487	2.456	2.591	4.022	2.408	18.814
3.413	3.847	2.456	2.591	4.022	1.000	17.330
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
3.413	3.847	3.889	2.591	2.726	2.408	18.875
3.413	3.847	1.000	3.953	5.101	3.816	21.130
3.413	3.847	1.000	2.591	5.101	1.000	16.952
1.973	3.847	1.000	2.591	4.022	2.408	15.841
3.413	2.487	1.000	3.953	1.000	1.000	12.853
4.849	2.487	2.456	2.591	4.022	1.000	17.406

4.849	2.487	1.000	3.953	4.022	2.408	18.719
3.413	3.847	2.456	2.591	4.022	1.000	17.330
3.413	2.487	2.456	3.953	2.726	2.408	17.443
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
4.849	2.487	2.456	1.000	2.726	3.816	17.334
3.413	2.487	1.000	2.591	4.022	2.408	15.922
6.310	3.847	1.000	2.591	2.726	2.408	18.882
4.849	2.487	3.889	3.953	4.022	3.816	23.017
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
3.413	3.847	1.000	3.953	4.022	2.408	18.643
3.413	3.847	2.456	3.953	5.101	1.000	19.770
3.413	3.847	1.000	3.953	2.726	1.000	15.940
4.849	3.847	2.456	3.953	4.022	2.408	21.535
4.849	2.487	1.000	3.953	2.726	1.000	16.015
4.849	2.487	2.456	3.953	2.726	2.408	18.879
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	3.816	17.490
3.413	3.847	1.000	3.953	2.726	1.000	15.940
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	3.816	17.395
4.849	3.847	2.456	2.591	2.726	2.408	18.878
3.413	5.104	2.456	2.591	5.101	2.408	21.074
3.413	2.487	2.456	3.953	2.726	2.408	17.443
4.849	2.487	1.000	3.953	2.726	3.816	18.831
3.413	3.847	2.456	2.591	4.022	1.000	17.330
4.849	2.487	1.000	3.953	2.726	1.000	16.015
4.849	1.000	1.000	2.591	2.726	3.816	15.983
3.413	1.000	1.000	2.591	5.101	2.408	15.513
4.849	2.487	1.000	3.953	4.022	1.000	17.311
3.413	2.487	1.000	2.591	2.726	3.816	16.034
3.413	3.847	2.456	5.284	4.022	3.816	22.839
4.849	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	16.061

3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	3.816	17.490
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	2.408	15.987
3.413	5.104	2.456	5.284	5.101	3.816	25.175
3.413	1.000	1.000	2.591	2.726	3.816	14.547
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	2.408	15.987
4.849	2.487	3.889	5.284	2.726	2.408	21.644
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
1.973	2.487	3.889	2.591	2.726	1.000	14.667
4.849	2.487	1.000	1.000	4.022	2.408	15.766
4.849	2.487	2.456	2.591	4.022	1.000	17.406
3.413	2.487	2.456	2.591	4.022	2.408	17.378
1.973	2.487	2.456	3.953	2.726	2.408	16.003
3.413	3.847	1.000	3.953	2.726	2.408	17.347
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
3.413	2.487	2.456	3.953	2.726	1.000	16.036
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	3.816	17.395
4.849	2.487	2.456	2.591	2.726	3.816	18.926
3.413	2.487	2.456	3.953	2.726	2.408	17.443
3.413	2.487	2.456	5.284	4.022	2.408	20.071
3.413	1.000	1.000	3.953	1.000	2.408	12.774
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	2.408	15.987
4.849	2.487	1.000	2.591	4.022	2.408	17.358
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	16.082
3.413	3.847	2.456	3.953	1.000	1.000	15.669
3.413	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	14.626
4.849	2.487	2.456	2.591	2.726	2.408	17.518
4.849	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	16.061
3.413	2.487	1.000	3.953	2.726	2.408	15.987
3.413	3.847	2.456	3.953	2.726	3.816	20.211
3.413	3.847	2.456	3.953	2.726	2.408	18.803

3.413	2.487	2.456	2.591	4.022	2.408	17.378
3.413	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	14.626
3.413	2.487	2.456	2.591	4.022	3.816	18.786
3.413	3.847	1.000	2.591	4.022	2.408	17.282
3.413	1.000	2.456	2.591	4.022	2.408	15.891
3.413	2.487	2.456	2.591	4.022	2.408	17.378
1.973	2.487	1.000	2.591	4.022	3.816	15.889
3.413	2.487	2.456	1.000	2.726	2.408	14.490
1.973	2.487	1.000	3.953	4.022	2.408	15.843
1.973	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	13.185
1.973	2.487	1.000	3.953	2.726	2.408	14.547
3.413	2.487	2.456	1.000	2.726	2.408	14.490
4.849	3.847	2.456	2.591	4.022	2.408	20.174
3.413	1.000	1.000	2.591	2.726	2.408	13.139
3.413	1.000	1.000	3.953	2.726	2.408	14.500
4.849	2.487	1.000	2.591	4.022	1.000	15.950
3.413	1.000	1.000	3.953	2.726	2.408	14.500
3.413	1.000	1.000	2.591	2.726	2.408	13.139
3.413	2.487	2.456	2.591	2.726	1.000	14.674
1.973	1.000	1.000	2.591	2.726	2.408	11.698
3.413	2.487	2.456	2.591	4.022	2.408	17.378
4.849	2.487	2.456	2.591	2.726	1.000	16.110
3.413	2.487	1.000	2.591	2.726	2.408	14.626

Kontrol Diri (Z)

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	TOTAL Z
3.314	3.838	3.499	3.921	2.254	1.000	17.826
3.314	4.955	3.499	3.921	3.381	2.233	21.302

3.314	2.564	3.499	3.921	3.381	2.233	18.911
2.130	3.838	4.838	2.665	2.254	2.233	17.957
4.654	3.838	4.838	3.921	3.381	2.233	22.865
4.654	2.564	3.499	2.665	2.254	2.233	17.868
4.654	2.564	3.499	3.921	2.254	1.000	17.892
2.130	2.564	4.838	5.159	1.000	3.469	19.161
3.314	2.564	2.257	2.665	2.254	1.000	14.053
4.654	3.838	3.499	2.665	2.254	2.233	19.142
3.314	1.000	3.499	2.665	1.000	2.233	13.711
4.654	3.838	2.257	2.665	3.381	2.233	19.027
3.314	2.564	4.838	3.921	2.254	1.000	17.891
3.314	3.838	3.499	3.921	2.254	1.000	17.826
2.130	2.564	4.838	5.159	2.254	3.469	20.414
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	3.469	17.767
4.654	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	17.871
4.654	4.955	3.499	2.665	1.000	2.233	19.005
3.314	2.564	3.499	5.159	2.254	1.000	17.790
4.654	3.838	2.257	2.665	1.000	1.000	15.414
4.654	3.838	4.838	2.665	3.381	2.233	21.608
4.654	2.564	2.257	3.921	1.000	1.000	15.396
3.314	3.838	3.499	5.159	2.254	1.000	19.064
4.654	2.564	4.838	5.159	2.254	2.233	21.702
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	3.469	16.511
3.314	3.838	3.499	2.665	2.254	1.000	16.570
3.314	3.838	4.838	3.921	3.381	3.469	22.761
3.314	3.838	3.499	2.665	2.254	2.233	17.802
4.654	2.564	3.499	5.159	3.381	3.469	22.727
4.654	2.564	1.000	5.159	3.381	2.233	18.991
2.130	3.838	3.499	2.665	2.254	3.469	17.855
4.654	4.955	3.499	5.159	3.381	2.233	23.881

3.314	3.838	4.838	3.921	1.000	1.000	17.911
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
3.314	2.564	3.499	2.665	2.254	2.233	16.528
4.654	3.838	4.838	3.921	3.381	3.469	24.101
3.314	4.955	3.499	5.159	3.381	2.233	22.540
3.314	2.564	3.499	3.921	2.254	3.469	19.021
2.130	2.564	3.499	3.921	1.000	1.000	14.114
4.654	3.838	4.838	3.921	1.000	3.469	21.721
4.654	2.564	4.838	3.921	3.381	1.000	20.358
4.654	2.564	3.499	5.159	2.254	3.469	21.600
4.654	3.838	4.838	3.921	2.254	3.469	22.974
3.314	2.564	2.257	3.921	1.000	2.233	15.288
4.654	2.564	3.499	2.665	3.381	1.000	17.763
3.314	3.838	3.499	5.159	3.381	3.469	22.660
2.130	3.838	4.838	3.921	2.254	3.469	20.450
3.314	3.838	2.257	3.921	1.000	2.233	16.562
3.314	2.564	4.838	3.921	2.254	2.233	19.124
4.654	1.000	4.838	5.159	1.000	3.469	20.121
3.314	3.838	2.257	3.921	1.000	2.233	16.562
4.654	4.955	3.499	5.159	2.254	3.469	23.990
4.654	2.564	4.838	5.159	2.254	3.469	22.939
3.314	2.564	4.838	3.921	2.254	2.233	19.124
4.654	2.564	3.499	3.921	1.000	3.469	19.108
3.314	3.838	2.257	2.665	1.000	2.233	15.306
4.654	2.564	4.838	3.921	1.000	1.000	17.977
3.314	2.564	2.257	3.921	2.254	1.000	15.309
3.314	1.000	3.499	3.921	1.000	2.233	14.967
3.314	3.838	4.838	5.159	2.254	3.469	22.873
3.314	2.564	3.499	2.665	2.254	3.469	17.765
3.314	4.955	3.499	3.921	3.381	2.233	21.302

4.654	2.564	3.499	2.665	1.000	1.000	15.382
4.654	2.564	3.499	3.921	1.000	3.469	19.108
3.314	3.838	2.257	3.921	2.254	2.233	17.816
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
4.654	2.564	3.499	2.665	2.254	1.000	16.636
4.654	2.564	4.838	3.921	1.000	2.233	19.210
4.654	3.838	4.838	5.159	2.254	3.469	24.213
4.654	2.564	4.838	3.921	2.254	2.233	20.464
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	2.233	15.275
4.654	3.838	3.499	2.665	2.254	2.233	19.142
3.314	2.564	2.257	2.665	2.254	1.000	14.053
3.314	2.564	4.838	2.665	2.254	1.000	16.635
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	2.233	15.275
2.130	1.000	2.257	3.921	1.000	3.469	13.777
2.130	2.564	3.499	3.921	2.254	2.233	16.600
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	1.000	14.042
3.314	4.955	2.257	1.000	1.000	2.233	14.758
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	1.000	14.042
4.654	2.564	4.838	3.921	1.000	2.233	19.210
2.130	2.564	3.499	2.665	1.000	1.000	12.858
2.130	2.564	3.499	2.665	1.000	1.000	12.858
4.654	3.838	4.838	2.665	2.254	3.469	21.718
4.654	3.838	3.499	3.921	2.254	3.469	21.635
2.130	2.564	3.499	2.665	1.000	2.233	14.090
3.314	2.564	2.257	3.921	1.000	2.233	15.288
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
2.130	3.838	4.838	2.665	3.381	1.000	17.851
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
4.654	2.564	4.838	2.665	2.254	2.233	19.208

3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
4.654	3.838	2.257	2.665	1.000	3.469	17.883
3.314	2.564	3.499	3.921	1.000	2.233	16.531
3.314	2.564	3.499	2.665	1.000	2.233	15.275

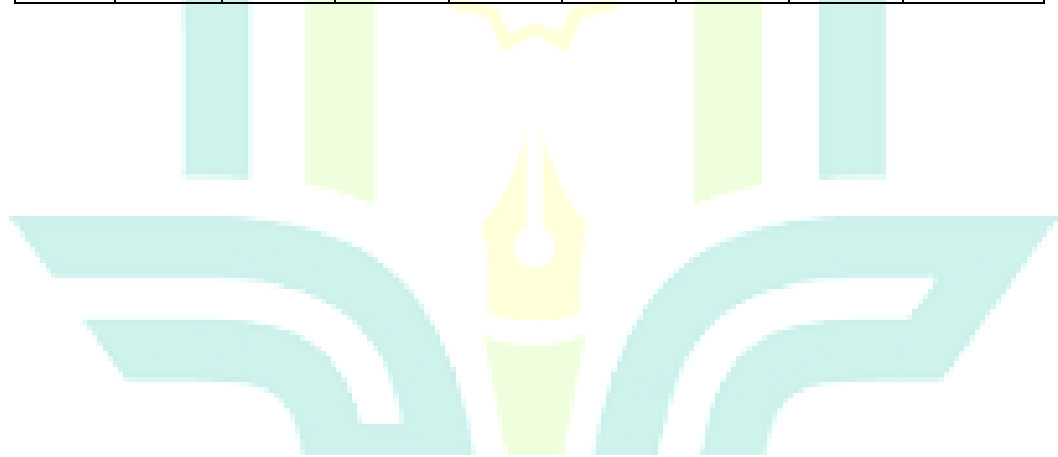
Perilaku Konsumtif (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL Y
3.176	3.319	4.425	4.053	3.621	4.320	3.246	3.901	30.062
4.268	4.258	4.425	4.053	4.489	4.320	4.255	4.862	34.930
4.268	3.319	4.425	5.307	3.621	3.321	3.246	2.705	30.213
3.176	3.319	2.190	2.936	2.433	3.321	2.160	3.901	23.438
4.268	2.247	4.425	4.053	4.489	4.320	3.246	4.862	31.910
4.268	4.258	4.425	4.053	3.621	4.320	3.246	2.705	30.897
4.268	4.258	2.190	4.053	2.433	3.321	3.246	3.901	27.671
5.499	4.258	4.425	4.053	3.621	2.224	2.160	2.705	28.947
2.130	2.247	2.190	1.926	2.433	2.224	2.160	2.705	18.016
4.268	4.258	4.425	4.053	3.621	3.321	4.255	4.862	33.063
3.176	2.247	2.190	2.936	2.433	2.224	2.160	2.705	20.072
4.268	4.258	4.425	5.307	4.489	5.298	3.246	3.901	35.193
4.268	3.319	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	3.901	29.030
2.130	3.319	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	23.423
5.499	5.192	5.666	5.307	3.621	3.321	3.246	5.789	37.642
3.176	3.319	3.299	4.053	2.433	2.224	3.246	3.901	25.654
3.176	3.319	3.299	2.936	3.621	3.321	3.246	3.901	26.821
3.176	3.319	2.190	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	23.359
3.176	3.319	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	24.469
5.499	5.192	5.666	5.307	5.192	5.298	5.053	5.789	42.996

5.499	5.192	5.666	5.307	5.192	5.298	5.053	5.789	42.996
3.176	3.319	3.299	2.936	3.621	3.321	3.246	3.901	26.821
4.268	4.258	4.425	4.053	4.489	4.320	4.255	4.862	34.930
4.268	4.258	4.425	4.053	2.433	4.320	3.246	3.901	30.905
2.130	2.247	3.299	2.936	2.433	2.224	2.160	2.705	20.135
3.176	3.319	3.299	2.936	1.000	3.321	3.246	3.901	24.200
4.268	4.258	4.425	4.053	4.489	3.321	4.255	4.862	33.932
4.268	4.258	4.425	2.936	4.489	4.320	4.255	3.901	32.852
3.176	1.000	2.190	1.926	2.433	4.320	2.160	4.862	22.067
2.130	3.319	2.190	2.936	1.000	2.224	2.160	2.705	18.665
5.499	3.319	1.000	1.926	2.433	2.224	1.000	2.705	20.108
5.499	4.258	4.425	5.307	2.433	4.320	2.160	3.901	32.304
4.268	4.258	3.299	2.936	3.621	3.321	1.000	3.901	26.605
3.176	3.319	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	3.901	27.938
4.268	2.247	2.190	4.053	1.000	3.321	2.160	3.901	23.141
4.268	3.319	4.425	4.053	3.621	4.320	3.246	3.901	31.154
4.268	3.319	4.425	4.053	3.621	4.320	3.246	3.901	31.154
2.130	2.247	2.190	2.936	1.000	2.224	1.000	2.705	16.432
3.176	2.247	2.190	4.053	3.621	3.321	3.246	1.000	22.854
4.268	4.258	4.425	4.053	4.489	4.320	3.246	4.862	33.921
3.176	4.258	1.000	4.053	2.433	3.321	1.000	3.901	23.144
4.268	4.258	4.425	5.307	3.621	4.320	4.255	4.862	35.315
5.499	5.192	3.299	5.307	2.433	2.224	2.160	3.901	30.017
3.176	3.319	2.190	2.936	2.433	2.224	2.160	2.705	21.144
2.130	3.319	3.299	2.936	2.433	1.000	2.160	3.901	21.180
4.268	5.192	4.425	4.053	5.192	4.320	4.255	5.789	37.494
3.176	3.319	2.190	2.936	1.000	2.224	3.246	2.705	20.797
2.130	2.247	3.299	1.926	3.621	1.000	2.160	2.705	19.089
4.268	4.258	4.425	4.053	2.433	2.224	2.160	4.862	28.684
5.499	1.000	3.299	5.307	2.433	1.000	2.160	3.901	24.601

2.130	3.319	2.190	1.000	2.433	2.224	1.000	3.901	18.198
3.176	3.319	3.299	2.936	3.621	2.224	3.246	3.901	25.724
2.130	2.247	2.190	1.926	3.621	2.224	1.000	2.705	18.043
2.130	2.247	2.190	1.926	2.433	2.224	2.160	2.705	18.016
2.130	2.247	2.190	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	21.240
4.268	2.247	3.299	2.936	3.621	3.321	1.000	3.901	24.594
4.268	1.000	3.299	4.053	2.433	3.321	1.000	2.705	22.081
4.268	3.319	3.299	4.053	3.621	4.320	3.246	3.901	30.028
3.176	3.319	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	3.901	25.665
4.268	3.319	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	25.561
3.176	2.247	4.425	5.307	3.621	5.298	3.246	4.862	32.181
3.176	2.247	3.299	4.053	2.433	2.224	2.160	2.705	22.299
4.268	2.247	2.190	5.307	2.433	2.224	2.160	3.901	24.731
3.176	2.247	3.299	2.936	2.433	3.321	1.000	2.705	21.118
3.176	3.319	2.190	2.936	2.433	2.224	3.246	2.705	22.230
3.176	2.247	2.190	2.936	2.433	2.224	2.160	2.705	20.072
4.268	2.247	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	3.901	25.684
3.176	3.319	3.299	2.936	2.433	3.321	2.160	2.705	23.351
3.176	1.000	3.299	2.936	3.621	3.321	1.000	3.901	22.255
3.176	3.319	3.299	2.936	3.621	3.321	2.160	3.901	25.735
3.176	2.247	3.299	2.936	2.433	3.321	1.000	2.705	21.118
3.176	3.319	3.299	2.936	2.433	2.224	2.160	3.901	23.450
3.176	2.247	4.425	4.053	3.621	4.320	2.160	3.901	27.904
4.268	2.247	4.425	2.936	2.433	3.321	2.160	2.705	24.496
3.176	2.247	3.299	2.936	3.621	2.224	1.000	3.901	22.405
2.130	2.247	2.190	1.926	2.433	2.224	2.160	2.705	18.016
4.268	3.319	4.425	4.053	3.621	4.320	3.246	3.901	31.154
4.268	3.319	4.425	4.053	2.433	5.298	3.246	3.901	30.945
3.176	2.247	3.299	2.936	2.433	2.224	2.160	2.705	21.182
4.268	2.247	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	24.488

3.176	3.319	3.299	2.936	2.433	3.321	2.160	2.705	23.351
4.268	2.247	3.299	4.053	2.433	3.321	2.160	2.705	24.488
3.176	2.247	3.299	2.936	2.433	3.321	2.160	2.705	22.279
3.176	3.319	3.299	2.936	2.433	2.224	3.246	3.901	24.536
3.176	3.319	3.299	2.936	2.433	3.321	3.246	2.705	24.437
4.268	3.319	4.425	4.053	2.433	4.320	3.246	3.901	29.966
4.268	3.319	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	4.862	29.990
4.268	2.247	3.299	2.936	3.621	3.321	3.246	4.862	27.800
4.268	3.319	3.299	5.307	2.433	2.224	2.160	2.705	25.717
3.176	4.258	4.425	4.053	3.621	3.321	3.246	3.901	30.003
3.176	2.247	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	4.862	27.826
4.268	3.319	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	3.901	29.030
4.268	3.319	3.299	2.936	3.621	3.321	3.246	2.705	26.716
3.176	2.247	3.299	4.053	3.621	4.320	3.246	4.862	28.824
4.268	3.319	4.425	4.053	3.621	3.321	3.246	3.901	30.156
4.268	3.319	3.299	4.053	3.621	3.321	3.246	4.862	29.990

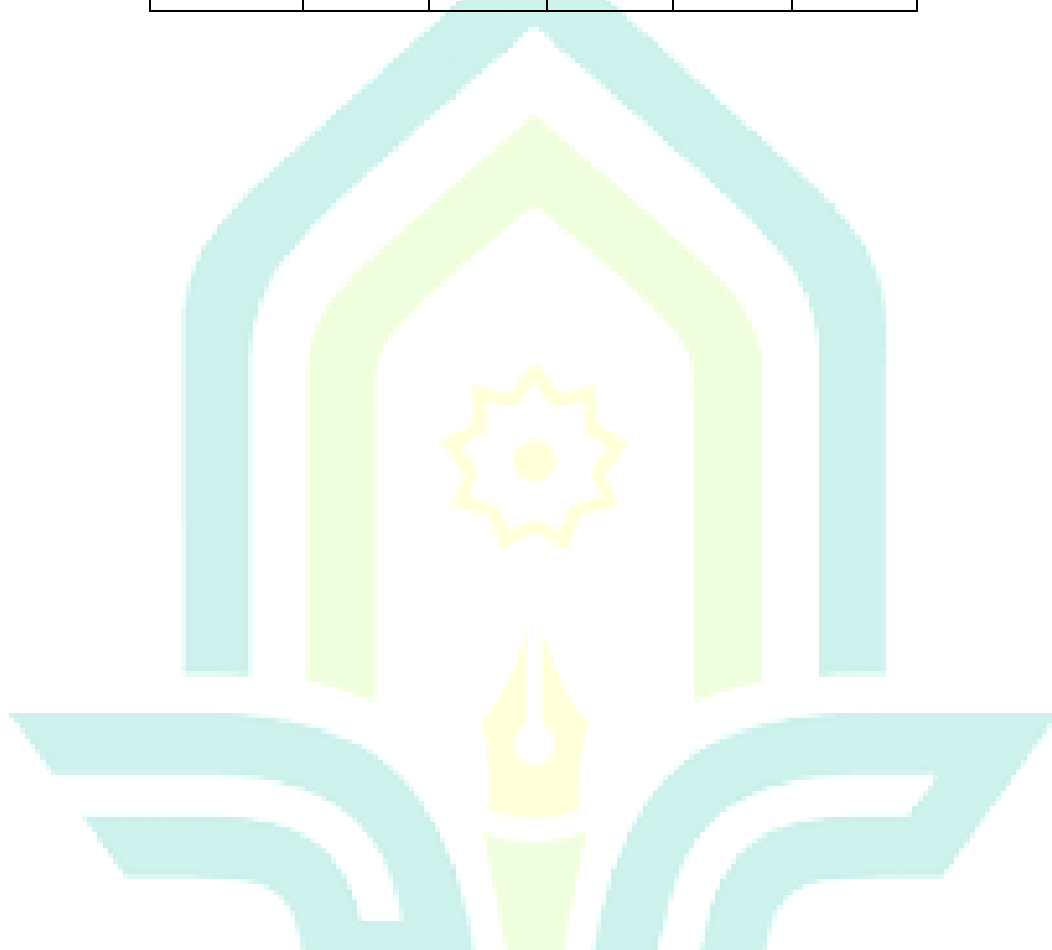


Lampiran 4 Tabel Nilai r

Tabel Nilai r

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181

103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082



Lampiran 5 Tabel Nilai t

Tabel Nilai t

d.f	t0.10	t0.05	t_{0.025}	t0.01	t_{0.005}	d.f
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Lampiran 6 Hasil Output SPSS 26

Hasil Output SPSS 26

Uji Validitas dan Reliabilitas

Religiositas (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.314**	.145	-.012	.208*	.468**
	Sig. (2-tailed)		.002	.158	.906	.042	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.314**	1	.290**	.267**	.273**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.002		.004	.008	.007	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.145	.290**	1	.430**	.234*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.158	.004		.000	.021	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	-.012	.267**	.430**	1	.368**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.906	.008	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.208*	.273**	.234*	.368**	1	.652**
	Sig. (2-tailed)	.042	.007	.021	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.468**	.677**	.670**	.693**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.632	5

Gaya Hidup (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.647**	.430**	.472**	.406**	.531**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.647**	1	.626**	.570**	.698**	.620**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.430**	.626**	1	.501**	.684**	.624**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.472**	.570**	.501**	1	.572**	.447**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.406**	.698**	.684**	.572**	1	.699**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.531**	.620**	.624**	.447**	.699**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.733**	.866**	.801**	.741**	.840**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	6

Kontrol Diri (Z)

		Correlations						
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Total
Z.1	Pearson Correlation	1	.183	.265**	.298**	.258*	.426**	.569**
	Sig. (2-tailed)		.074	.009	.003	.011	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Z.2	Pearson Correlation	.183	1	.198	.242*	.209*	.162	.580**
	Sig. (2-tailed)	.074		.053	.018	.041	.114	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Z.3	Pearson Correlation	.265**	.198	1	.340**	.375**	.164	.601**
	Sig. (2-tailed)	.009	.053		.001	.000	.111	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Z.4	Pearson Correlation	.298**	.242*	.340**	1	.505**	.451**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.003	.018	.001		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Z.5	Pearson Correlation	.258*	.209*	.375**	.505**	1	.480**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.011	.041	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Z.6	Pearson Correlation	.426**	.162	.164	.451**	.480**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.114	.111	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.569**	.580**	.601**	.723**	.733**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	7

Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y_TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.456**	.523**	.622**	.390**	.405**	.377**	.434**	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.456**	1	.476**	.389**	.438**	.336**	.555**	.458**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.523**	.476**	1	.549**	.622**	.593**	.598**	.540**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.622**	.389**	.549**	1	.308**	.458**	.446**	.387**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.390**	.438**	.622**	.308**	1	.544**	.619**	.614**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	.405**	.336**	.593**	.458**	.544**	1	.536**	.489**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.7	Pearson Correlation	.377**	.555**	.598**	.446**	.619**	.536**	1	.576**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.8	Pearson Correlation	.434**	.458**	.540**	.387**	.614**	.489**	.576**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.701**	.697**	.820**	.695**	.760**	.735**	.794**	.755**	1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	9

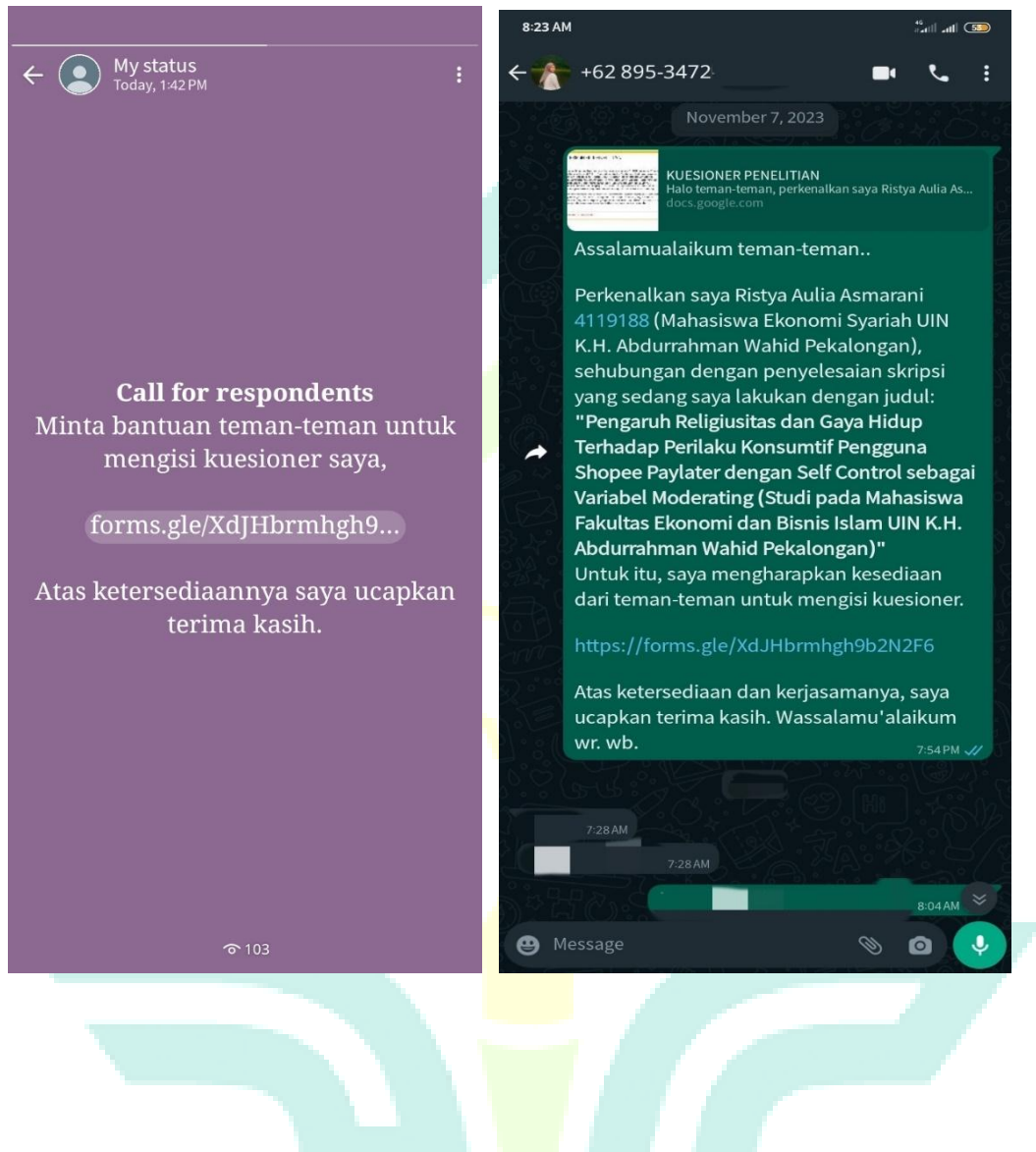
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian

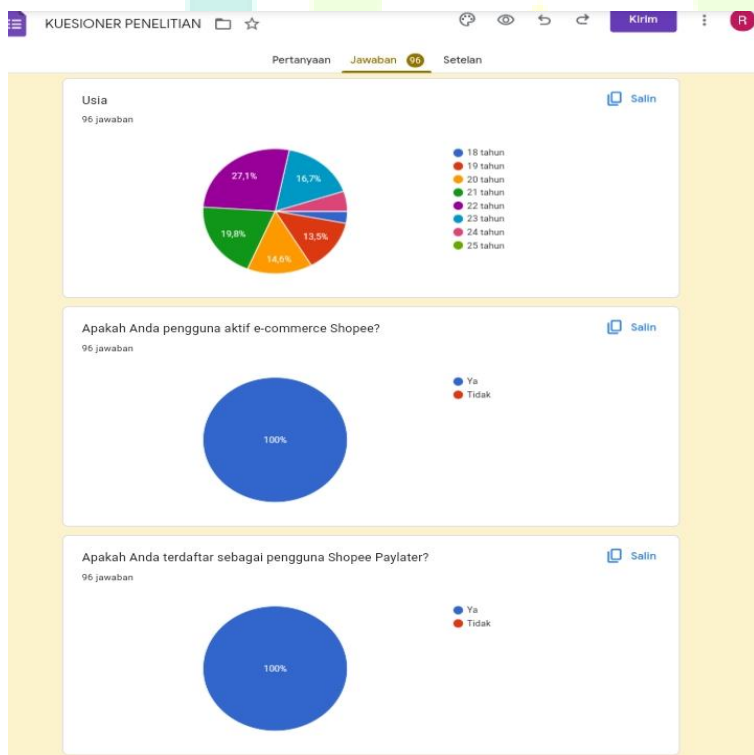
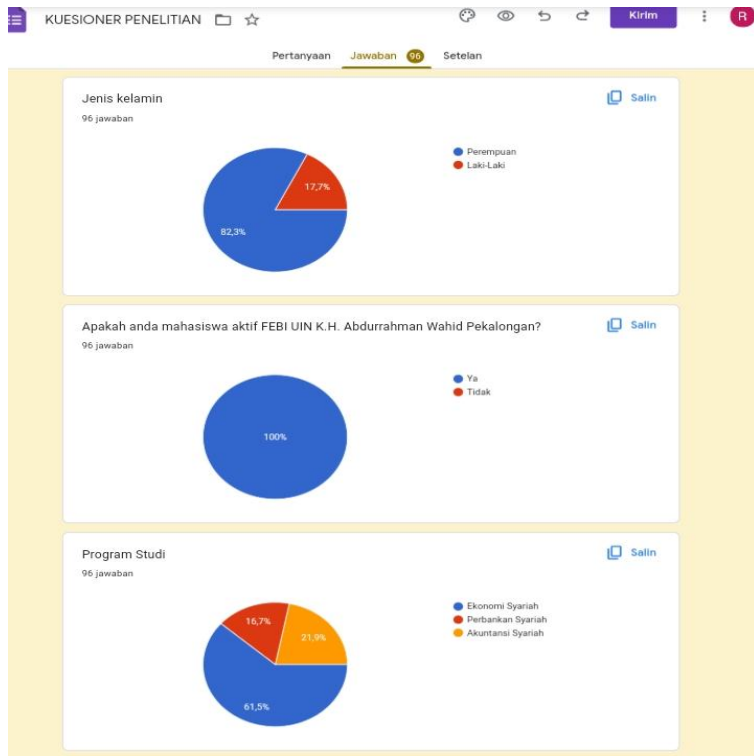
SURAT IZIN PENELITIAN

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161 www.febli.uingusdur.ac.id email: febli@uingusdur.ac.id</small>		
Nomor : B-1893/Un.27/J.IV.1/TL.00/11/2023	02 November 2023		
Sifat : Biasa			
Lampiran : -			
Hal : Ijin Penelitian			
Yth. Kepada Bapak/Ibu Kabag Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan di Tempat			
Assalamu'alaikum Wr. Wb.			
Diberitahukan dengan hormat bahwa:			
Nama : Ristya Aulia Asmarani			
NIM : 4119188			
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah			
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam			
Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul "Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dengan Self Control sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)"			
Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.			
Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.			
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.			
	<table border="1"><tr><td></td><td>Ditandatangani Secara Elektronik Oleh: Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H NIP. 197502201999032001 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</td></tr></table>		Ditandatangani Secara Elektronik Oleh: Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H NIP. 197502201999032001 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
	Ditandatangani Secara Elektronik Oleh: Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H NIP. 197502201999032001 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam		
	<p>Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) hingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.</p> 		

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI





Lampiran 9 Riwayat Hidup Penulis

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Ristya Aulia Asmarani
2. Tempat tanggal lahir : Pemalang, 19 Mei 2001
3. Alamat rumah : Dk. Candi, Ds. Rowosari, 03/03 Kec. Ulujami
Kab. Pemalang
4. Alamat tinggal : Dk. Candi, Ds. Rowosari, 03/03 Kec. Ulujami
Kab. Pemalang
5. Nomor handphone : 0815 7862 2792
6. Email : ristyaaulia19@gmail.com
7. Nama ayah : Suharto
8. Pekerjaan ayah : Buruh
9. Nama ibu : Sukartini
10. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 03 Rowosari (2007 - 2013)
2. SMP : MTs. Walisongo Ulujami (2013 - 2016)
3. SMA : MAN 1 Kota Pekalongan (2016 - 2019)

Pekalongan, 7 Desember 2023

Ristya Aulia Asmarani

Lampiran 9 Surat Similarity Checking

SURAT SIMILIARITY CHECKING

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p><small>Jalan Pahlawan KM. 5 Rowotaku Kajan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161 www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id</small></p>
<p>SURAT KETERANGAN SIMILIARITY CHECKING Nomor : B-354/Un.27/Set.IV.1/PP.00.9/12/2023</p>	
<p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:</p>	
Nama	: Ristya Aulia Asmarani
NIM	: 4119188
Jurusan	: S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)
<p>telah melalui tahap <i>plagiarism/similarity checking</i> menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:</p>	
Waktu Submit	: 7 Desember 2023
Hasil (Similarity)	: 17%
<p>Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan LOLOS dari plagiarisme sesuai dengan ketentuan yang berlaku di FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Surat Keterangan ini berlaku selama 1 (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munaqasyah skripsi.</p>	
<p>Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.</p>	
<p>Pekalongan, 7 Desember 2023 an. Dekan Dekan Prodi Ekonomi Syariah   Aris Saf'i, M.E.I. NIP. 19851012 201503 1 004</p>	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RISTYA AULIA ASMARANI
NIM : 4119188
Jurusan/Prodi : EKOMONI SYARIAH
E-mail address : ristyaaulia19@gmail.com
No. Hp : 081578622792

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain
yang berjudul :

**PENGARUH RELIGIOSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DENGAN KONTROL DIRI
SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan 12 Januari 2024

RISTYA AULIA ASMARANI
NIM. 4119188

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD