

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

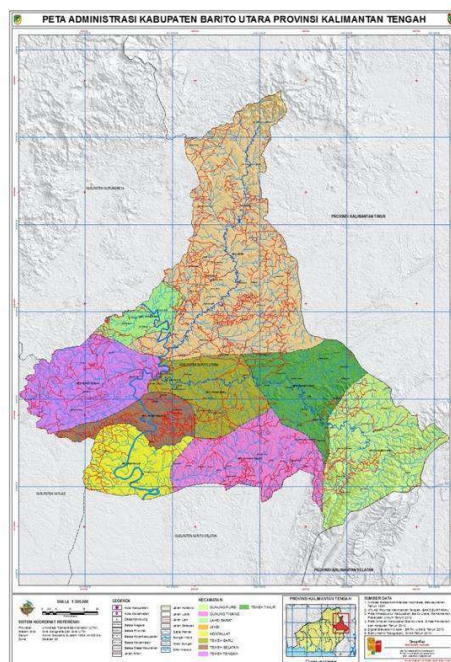
A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Muara Teweh adalah ibu kota Kabupaten Barito Utara yang sekaligus menjadi pusat pemerintahan dan perekonomian dari Kabupaten Barito Utara. Muara Teweh juga merupakan sebuah kawasan yang terletak di provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia. Wilayah ini berada di kecamatan Teweh Tengah. Wilayah cakupan kota Muara Teweh adalah kelurahan Lanjas dan kelurahan Melayu.

Gambar 4.1

Peta Kabupaten Barito Utara



Luas Wilayah Kelurahan Lanjas sebesar 109,87 KM² sedangkan luas wilayah Kelurahan Melayu sebesar 111,30 KM².

Jumlah penduduk Muara Teweh yang mencakup kelurahan Lanjas dan Melayu, sebanyak 46.441 jiwa, dengan kepadatan 764 jiwa/km². Adapun persentasi penduduk Muara Teweh berdasarkan agama yang dianut, berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri pada tahun 2021, yakni pemeluk agama Islam 88,60%, kemudian Kristen sebanyak 10,62% dengan rincian Protestan 8,28% dan Katolik 2,34%. Kemudian yang beragama Hindu, khususnya Kaharingan sebanyak 0,68%, Buddha 0,08% dan lainnya 0,02%.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan tentang pengaruh penggunaan Fitur SpayLater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Muara Teweh dalam perspektif ekonomi syariah. Karakteristik responden bertujuan untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan dalam bentuk tabel mengenai data responden sebagai berikut.

a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan dengan jenis kelamin responden dari 100 responden Generasi Milenial di Kota Muara Teweh adapun sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang lebih dominan adalah perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Untuk jumlah responden perempuan berjumlah 61 orang dengan presentase 61% sedangkan jumlah laki-laki berjumlah 39 orang dengan presentasi 39%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar generasi milenial pengguna fitur SPayLater pada aplikasi shopee berjenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

Berdasarkan karakteristik usia dari 100 responden Generasi Milenial di Kota Muara Teweh , adapun sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	23-27	78	78%
2.	28-32	18	18%
3.	33-37	3	3%
4.	38-43	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden terdiri dari dari usia 23-27 tahun sebanyak 78 orang dengan presentase 78% tahun, usia 28-31 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase 18%, usia 33-37 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3% dan usia 38-41 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Maka dapat disimpulkan bahwa usia responden terbanyak adalah kelompok usia 23-27 tahun sebanyak 78 orang dengan presentase 78%.

c. Pekerjaan Responden

Berdasarkan karakteristik pekerjaan dari 100 responden Generasi Milenial di Kota Muara Teweh , adapun sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Karyawan	28	28%
2.	Guru	19	19%
3.	Wirausaha	14	14%
4.	Pegawai	21	21%
5.	Lainnya	18	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data yang diperoleh dari penelitian menampilkan pembagian responden berdasarkan pekerjaan yang terdapat pada generasi milenial di Kota Muara Teweh. Adapun jumlah dari masing-masing frekuensi dan presentase yaitu 28 orang Karyawan dengan presentase 28%, kemudian Guru 19 orang dengan presentase 19%, Wirausaha 14 orang dengan

presentase 14%, Pegawai 21 orang dengan persentase 21% dan Lainnya berjumlah 18 orang dengan presentase 18%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pekerjaan responden yaitu Karyawan yang berjumlah 28 orang dengan presentase 28%.

d. Tingkat Pendapatan Responden

Berdasarkan karakteristik pekerjaan dari 100 responden Generasi Milenial di Kota Muara Teweh, adapun sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Presentase
1.	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	7	7%
2.	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	24	24%
3.	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	26	26%
4.	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	20	20%
5.	Rp. 4.000.000 >	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data yang diperoleh dari penelitian menampilkan pembagian responden berdasarkan tingkat pendapatan yang terdapat pada Generasi Milenial di Kota Muara Teweh. Adapun jumlah dari masing-masing frekuensi dan presentase yaitu 7 orang dengan tingkat pendapatan Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000 dengan presentase 7%, kemudian 24 orang dengan tingkat pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 dengan presentase 24%, tingkat pendapatan Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000 berjumlah 26 orang dengan presentase 26%, tingkat pendapatan Rp. 3.000.000 - Rp.

4.000.000 berjumlah 20 orang dengan presentase 20% dan tingkat pendapatan Rp. 4.000.000 > berjumlah 23 orang dengan presentase 23%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tingkat pendapatan responden yaitu Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000 yang berjumlah 26 orang dengan presentase 26%.

3. Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan data yang telah didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh penggunaan fitur SPayLater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Muara Teweh yang dilihat dari variabel SPayLater dan perilaku konsumtif. Adapun data deskriptif yang diperoleh sebagai berikut:

a. Variabel SPayLater (X)

1) Item soal “Proses pendaftaran SPayLater terbilang mudah”.

Table 4.5

Jawaban responden tentang item soal
“Proses pendaftaran SPayLater terbilang mudah

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	19	19%
2.	Setuju (S)	67	67%
3.	Netral (N)	14	14%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Proses pendaftaran SPayLater

terbilang mudah” dengan tanggapan setuju yaitu 67%, kemudian untuk jawaban sangat setuju 19% dan jawaban netral dengan jumlah 14%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju memiliki jumlah yang sama yaitu 0%.

2) Item soal ”Dengan adanya fitur SPayLater memudahkan saya dalam transaksi”

Table 4.6

Jawaban responden tentang item soal
“Dengan adanya fitur SPayLater memudahkan saya dalam transaksi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	31	31%
2.	Setuju (S)	59	59%
3.	Netral (N)	10	10%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa para responden paling banyak menanggapi ”Dengan adanya fitur SPayLater memudahkan saya dalam transaksi” dengan tanggapan setuju yaitu 59%, kemudian untuk jawaban sangat setuju 31% dan jawaban netral dengan jumlah 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju memiliki jumlah yang sama yaitu 0%.

3) Item soal “Dengan adanya fitur SPayLater lebih memudahkan saya dalam membeli barang apapun tanpa harus membayar pada saat itu juga”

Table 4.7

Jawaban responden tentang item soal
 “Dengan adanya fitur SPayLater lebih memudahkan saya dalam membeli barang apapun tanpa harus membayar pada saat itu juga”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	29	29%
2.	Setuju (S)	65	65%
3.	Netral (N)	6	6%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Dengan adanya fitur SPayLater lebih memudahkan saya dalam membeli barang apapun tanpa harus membayar pada saat itu juga” dengan tanggapan setuju yaitu 65%, kemudian untuk jawaban sangat setuju 29% dan jawaban netral dengan jumlah 6%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju memiliki jumlah yang sama yaitu 0%.

4) Item soal “Saya merasa lebih nyaman menggunakan fitur SPayLater dalam bertransaksi”

Table 4.8

Jawaban responden tentang item soal
 “Saya merasa lebih nyaman menggunakan fitur SPayLater dalam bertransaksi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	21	21%
2.	Setuju (S)	47	47%
3.	Netral (N)	32	32%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya merasa lebih nyaman menggunakan fitur SPayLater dalam bertransaksi” dengan tanggapan setuju yaitu 47%, kemudian untuk jawaban netral 32%, sangat setuju 21%, tidak setuju dan sangat tidak setuju memiliki nilai yang sama yaitu 0%.

5) Item soal “Saya merasa lebih puas setelah menggunakan fitur SPayLater sebagai alat pembayaran”

Table 4.9

Jawaban responden tentang item soal
“Saya merasa lebih puas setelah menggunakan fitur SPayLater sebagai alat pembayaran”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	21	21%
2.	Setuju (S)	52	52%
3.	Netral (N)	23	23%
4.	Tidak Setuju (TS)	6	6%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya merasa lebih puas setelah menggunakan fitur SPayLater sebagai alat pembayaran” dengan tanggapan setuju yaitu 52%, kemudian jawaban netral 23%,

jawaban sangat setuju 21%, tidak setuju 6%, dan sangat tidak setuju memiliki jumlah presentase yaitu 0%.

6) Item soal “Proses pendaftaran SPayLater sangat cepat”

Table 4.10

Jawaban responden tentang item soal
“Proses pendaftaran SPayLater sangat cepat”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	26	26%
2.	Setuju (S)	64	64%
3.	Netral (N)	10	10%
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Proses pendaftaran SPayLater sangat cepat” dengan tanggapan setuju yaitu 64%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 26%, netral 10%, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0%.

7) Item soal “Proses transaksi pembayaran SPayLater sangat cepat”

Table 4.11

Jawaban responden tentang item soal
“Proses transaksi pembayaran SPayLater sangat cepat”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	37	37%
2.	Setuju (S)	56	56%
3.	Netral (N)	6	6%
4.	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa para responden paling banyak menanggapi “Proses transaksi pembayaran SPayLater sangat cepat” dengan tanggapan setuju 56%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 37%, netral 6%, tidak setuju 1% dan jawaban sangat tidak setuju 0%.

b. Variabel perilaku konsumtif (Y)

1) Item soal “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar menjaga penampilan diri”

Table 4.12

Jawaban responden tentang item soal
“Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar menjaga penampilan diri”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	2	2%
2.	Setuju (S)	28	28%
3.	Netral (N)	30	30%
4.	Tidak Setuju (TS)	34	34%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar menjaga penampilan diri” dengan tanggapan tidak setuju yaitu 34%, kemudian disusul jawaban netral 30%, setuju 28%, sangat tidak setuju 6% dan sangat setuju 2%.

2) Item soal “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar lebih percaya diri”

Table 4.13

Jawaban responden tentang item soal
 “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar lebih percaya diri”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	1	1%
2.	Setuju (S)	23	23%
3.	Netral (N)	33	33%
4.	Tidak Setuju (TS)	37	37%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater agar lebih percaya diri” dengan tanggapan tidak setuju yaitu 37%, kemudian disusul jawaban netral yaitu 33%, setuju 23%, sangat tidak setuju 6%, dan sangat setuju 1%.

3) Item soal “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena adanya promo (Cashback, Diskon dan Gratis Ongkir)”

Table 4.14

Jawaban responden tentang item soal
 “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena adanya promo (Cashback, Diskon dan Gratis Ongkir)”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	28	28%
2.	Setuju (S)	42	42%
3.	Netral (N)	25	25%
4.	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena adanya promo (Cashback, Diskon dan Gratis Ongkir)” dengan tanggapan setuju yaitu 42%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 28%, netral 25%, tidak setuju 4% dan sangat tidak setuju 1%.

4) Item soal “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena tampilan produknya menarik perhatian”

Table 4.15

Jawaban responden tentang item soal
“Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena tampilan produknya menarik perhatian”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	2	2%
2.	Setuju (S)	19	19%
3.	Netral (N)	55	55%
4.	Tidak Setuju (TS)	22	22%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya akan membeli suatu produk menggunakan SPayLater karena tampilan produknya menarik perhatian” dengan tanggapan netral yaitu 55%, kemudian disusul jawaban tidak setuju 22%, setuju 19%, sangat setuju dan sangat tidak setuju 2%.

- 5) Item soal “Saya membeli lebih dari dua produk menggunakan SPayLater dengan merek yang berbeda di setiap jenisnya”

Table 4.16

Jawaban responden tentang item soal
 “Saya membeli lebih dari dua produk menggunakan SPayLater dengan merek yang berbeda di setiap jenisnya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	4	4%
2.	Setuju (S)	39	39%
3.	Netral (N)	41	41%
4.	Tidak Setuju (TS)	10	10%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Saya membeli lebih dari dua produk menggunakan SPayLater dengan merek yang berbeda di setiap jenisnya” dengan tanggapan netral yaitu 41%, kemudian disusul jawaban setuju 39%, tidak setuju 10%, sangat tidak setuju 6% dan sangat setuju 4%.

- 6) Item soal “Dengan adanya fitur SPayLater memungkinkan saya untuk bisa lebih sering berbelanja”

Table 4.17

Jawaban responden tentang item soal
 “Dengan adanya fitur SPayLater memungkinkan saya untuk bisa lebih sering berbelanja”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju (SS)	17	17%
2.	Setuju (S)	18	18%
3.	Netral (N)	15	15%

4.	Tidak Setuju (TS)	35	35%
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menanggapi “Dengan adanya fitur SPayLater memungkinkan saya untuk bisa lebih sering berbelanja” dengan tanggapan tidak setuju yaitu 35%, kemudian disusul jawaban setuju 18%, sangat setuju 17%, sangat tidak setuju dan netral memiliki presentase yang sama yaitu 15%.

4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan item angket ketika mendefinisikan suatu variabel. Kuesioner ini biasanya mendukung seperangkat variabel tertentu. Uji validitas harus dilakukan untuk setiap item pertanyaan dalam uji validitas. Hasil perhitungan r hitung dibandingkan dengan r tabel, dimana $df = n-2$ dengan 5% sig. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka dapat dikatakan valid. Dengan melihat tabel r , untuk $df = n - 2$, atau dalam penelitian $df = 30 - 2 = 28$, menggunakan tingkat signifikan 5% maka diperoleh angkat 0,361 (dapat dilihat pada lampiran tabel r). jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya jika $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ maka dikatakan tidak valid. Berikut hasil dari uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan IBM SPSS 26 *for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
SPayLater (X)	X1	0,798	0,361	Valid
	X2	0,743	0,361	Valid
	X3	0,791	0,361	Valid
	X4	0,766	0,361	Valid
	X5	0,856	0,361	Valid
	X6	0,741	0,361	Valid
	X7	0,703	0,361	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,852	0,361	Valid
	Y2	0,777	0,361	Valid
	Y3	0,714	0,361	Valid
	Y4	0,642	0,361	Valid
	Y5	0,857	0,361	Valid
	Y6	0,824	0,361	Valid

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir item pernyataan variabel dinyatakan semua valid, karena nilai r_{tabel} masing-masing item pernyataan nilainya lebih kecil dari r_{hitung} , dimana nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran stabilitas dan konsistensi tanggapan responden terhadap konstruk pertanyaan, yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk angket. Uji reliabilitas dapat dilakukan untuk semua pertanyaan dalam waktu yang bersamaan. Jika nilai $\alpha > 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan IBM SPSS 26 *for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel} <i>Alpha-Cronbach</i>	Keterangan
SPayLater (X)	X	0,878	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	Y	0,865	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan variabel dinyatakan semuanya reliabel, karena nilai r_{hitung} masing-masing item pernyataan nilainya lebih besar dari r_{tabel} *Alpha-Cronbach* yang bernilai 0,60.

5. Uji Prasyarat Analisis

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum dilaksanakannya analisis regresi linier sederhana, dengan tujuan untuk dapat mengetahui menyimpang atau tidaknya variabel-variabel tersebut dari asumsi klasik. Adapun asumsi klasik terdiri dari uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui sebaran data pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan tepat untuk digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Normalitas data dapat ditentukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika $Sig > 0,05$ maka data terdistribusi normal dan jika $Sig < 0,05$ maka data tidak berdistribusi

normal. Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS 26 *for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20

*Kolmogorov-Smirnov Test***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.40168830
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.049
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
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: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.20 Kolmogorov-Smirnov test di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,200 yang mana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (error term) sebaiknya kedastisitasnya dalam keadaan normal. Ketentuannya adalah signifikan $> 0,05$ yang

berarti penelitian dapat dilanjutkan menggunakan software SPSS versi 26.

Tabel 4.21

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.431	2.094		-.206	.837
Fitur SPayLater	.140	.072	.192	1.940	.055

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan pada tabel 4.21 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi X sebesar 0,055 yang berarti nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05. Maka variabel independen pada penelitian ini terhindar dari heteroskedastisitas.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab dan akibat antara variabel faktor penyebab terhadap variabel akibatnya. Adapun hasil analisis dengan menggunakan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.22

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.771	3.752		2.604	.011
Fitur SPayLater	.288	.130	.219	2.222	.029

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi linier sederhana antara variabel bebas (*independen*) dengan variabel tak bebas (*dependen*). Yaitu dengan memasukkan koefisien regresi linier sederhana ke dalam bentuk persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9.771 + 0,288X$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 9,771 artinya jika nilai variabel dengan koefisien nvariabel SPayLater (X) bernilai konstan atau nol (0) maka variabel perilaku konsumtif (Y) tetap sebesar 9,771.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0,288 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar 1% nilai SPayLater, maka nilai perilaku konsumtif bertambah sebesar 0,288.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar sumbangan (kontribusi) yang diberikan variabel SPayLater (X) terhadap perubahan variabel Perilaku Konsumtif (Y). Jika $R^2 = 0$ maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas X terhadap variabel Y. Namun, apabila $R^2 = 1$, maka presentase sumbangan dari pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas X terhadap variabel Y adalah sempurna. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan IBM SPSS 26 *for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.219 ^a	.048	.038	4.424

a. Predictors: (Constant), Fitur SPayLater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa, koefisien determinasi adalah senilai 0,048 yang berarti bahwa, besarnya pengaruh variabel SPayLater (X) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 4,8 %, sedangkan sisanya yang sebesar 95,2 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

c. Uji T

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai α (5%). H_a diterima lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Berikut adalah hasil uji hipotesis:

Tabel 4.24

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.771	3.752		2.604	.011
Fitur SPayLater	.288	.130	.219	2.222	.029

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil SPSS 26 *for windows*

Berdasarkan hasil data tabel diatas didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,222 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_a diterima, yang artinya variabel SpayLater berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Muara Teweh.

B. Analisis Data

a. Pengaruh Penggunaan Fitur SPayLater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Muara Teweh

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi linear sederhana dapat diketahui

bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa variabel penggunaan fitur SPayLater memiliki thitung sebesar 2,222 dan nilai signifikansi sebesar 0,029. Dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 ($0,029 < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti penggunaan fitur SPayLater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Muara Teweh. Hal tersebut menunjukkan jika semakin sering seseorang menggunakan fitur SPayLater maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sonia Aftika pada tahun 2021 dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee *Paylater* “Bayar Nanti” terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yang menyatakan bahwa penggunaan system pembayaran Shopee *Paylater* tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Pengaruh yang diberikan sebesar 51,9% sedangkan 48,1% pengaruhnya diakibatkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan hasil dari penelitian yang peneliti teliti menunjukkan bahwa penggunaan fitur SPayLater dapat

mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Muara Teweh. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi atau R square diperoleh nilai sebesar 0,048 atau 4,8% yang menyatakan bahwa penggunaan fitur SPayLater memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Pengaruh yang diberikan sebesar 4,8% sedangkan sisanya yaitu 95,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berkaitan dengan objek penelitian maka teori yang digunakan adalah teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Herbert Blumler, Elihu Katz dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 yang menjelaskan bahwa hadirnya teknologi atau fitur yang dihadirkan dalam media baru dianggap dapat mendorong individu atau para penggunanya. Teori ini sangat tepat diterapkan dalam meneliti bagaimana peran fitur-fitur dalam media dapat mempengaruhi motif penggunaan media sosial.

Teori tersebut sesuai dengan keadaan yang terjadi pada saat ini dimana dalam penelitian ini generasi milenial di Kota Muara Teweh sebagai pengguna media dan aplikasi SPayLater sebagai fitur dalam media sosial yang dapat mempengaruhi penggunanya (generasi milenial). Dari data yang telah diteliti sebanyak 100 generasi milenial di Kota Muara Teweh, generasi milenial yang menggunakan SPayLater karena fitur ini dianggap lebih memudahkan dalam proses pembelian karena dengan adanya fitur

ini generasi milenial bisa membeli suatu produk tanpa harus membayar pada saat itu juga dan pembayaran bisa dilakukan dalam bentuk cicilan.

Adanya kemudahan dari fitur SPayLater ini membuat generasi milenial dapat membeli suatu produk hanya untuk memenuhi keinginannya (contohnya: membeli pakaian karena mengikuti *trend fashion* dan demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli 2 produk yang sama dengan merek yang berbeda, membeli suatu produk hanya karena kemasannya menarik) hal seperti ini yang membuat generasi milenial berperilaku konsumtif bahkan mereka tidak segan untuk menggunakan fitur SPayLater guna mewujudkan keinginan mereka.

b. Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Perilaku konsumtif menurut pandangan Islam adalah membeli barang sesuai dengan faktor kebutuhan bukan faktor keinginan yang tidak hanya untuk mencapai kepuasan dalam mengkonsumsi barang tersebut melainkan berfungsi sebagai ibadah dalam mendapat ridha Allah SWT.

Berkaitan dengan penjelasan diatas maka sebaiknya generasi milenial tidak menggunakan fitur SPayLater untuk berperilaku konsumtif yang sifatnya hanya untuk memenuhi keinginan.

Dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam.

Al-qur'an menyebut kaum muslimin sebagai umat pertengahan dan karena itu Islam menganjurkan prinsip kesederhanaan dan keseimbangan dalam semua langkah kepada mereka. Dalam hal konsumsi, harta maupun makanan, sikap pertengahan adalah sikap yang paling utama. Baik “kurang dari yang semestinya” (yakni kikir) maupun “lebih dari semestinya” (yakni berlebihan). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.

Pada ayat ini dapat kita ketahui bahwa, sesungguhnya Umar Radhiyallahu Anhu memuji sederhana dalam berkonsumsi dan mengancam melampauinya sampai tingkat boros atau turun darinya sampai tingkat pelit. Beliau berkata “hendaklah kamu sederhana

dalam makananmu. Sebab, sederhana lebih dekat kepada perbaikan dan lebih jauh dari pemborosan”

Tujuan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik itu berbentuk barang atau jasa. Sedangkan konsumsi dalam Islam telah diatur sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dalam Islam, konsumsi mengasumsikan bahwa konsumen memilih barang dan jasa yang memberikan *mashlahah* (manfaat). Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *mashlahah* yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil diakhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna, hal ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah suatu kegiatan yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang dan jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam.