

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DALAM
MENGUNAKAN KARTU ATM BSI
DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



AYU ISMASARI

NIM: 105741102018

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DALAM
MENGUNAKAN KARTU ATM BSI DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

AYU ISMASARI

NIM : 105741102018

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar***

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”**

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“The ladder of success is never crowded at the top”

(Napoleon Hill)

***“No matter how difficult something is, I will always be positive and
smile like an idiot”***

(Park Chanyeol)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho serta Karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah Rabbil'alamin Skripsi ini saya persembahkan yang pertama kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang luar biasa, kedua untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan tidak putus asa. Kemudian untuk Bapak tercinta Fauzi Moh. Noh dan Mama Lana Hari Harahap yang tiada hentinya memberikan dukungan, doa, serta cintanya, serta kepada semua pihak yang telah sudi membantu saya ketika sedang dalam kesulitan.

PESAN DAN KESAN

Meski langkahmu terlambat, namun kuatnya tekad adalah cahaya yang tetap menyinari keberhasilan. Tetaplah gigih karena keberhasilan adalah hadiah bagi orang yang tidak berputus asa. Tak lupa saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena atas izin-Nya saya dipertemukan dengan orang-orang hebat, terutama dosen pembimbing, dosen penasihat akademik serta staff yang senantiasa bersabar menghadapi mahasiswa yang beragam dan tak lupa pula saya ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan nasihatnya, serta teman-teman seperjuangan terimakasih untuk kenangan indahny.





PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI
Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam
Nama Mahasiswa : Ayu Ismasari
No. Stambuk/ NIM : 105741102018
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 13 Januari 2023 di Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 13 Januari 2023

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

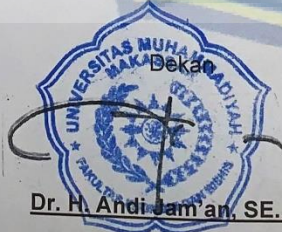
Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si

NBM: 861013

Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I

NIDN: 2116019101

Mengetahui,



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si

NBM: 651507

Ketua Program Studi

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si

NBM: 861013



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Ayu Ismasari, Nim : 105741102018 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/60202/091004/2024 M, Tanggal 02 Rajab 1445 H /13 Januari 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassa, 02 Rajab 1445 H
13 Januari 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :
 1. Dr. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
 2. Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
 3. Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I
 4. Sri Wahyuni, SE., M.E

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:661607



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Ismasari
Stambuk : 105741102018
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 13 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ayu Ismasari
NIM: 105741102018

Diketahui Oleh,

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Janyan, S.E., M.Si.

NBM: 651507

Dr. Muhammad Najib Kasim., S.E., M.Si

NBM: 861013

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Ismasari
NIM : 105741102018
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari
Perspektif Ekonomi Islam.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 13 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ayu Ismasari
NIM: 105741102018

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Mama Lana Hari Harahap dan Bapak Fauzi Moh. Noh yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus serta senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy.,M.E.I selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Edelweis 2018 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Jenal Mutakin yang selalu ada saat penulis butuhkan, selalu ada dibelakang penulis, selalu menjadi pawang bagi penulis..
10. Teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Makassar, 25 Januari 2024

Ayu Ismasari



ABSTRAK

AYU ISMASARI. 2023. *Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh H. Muhammad Najib Kasim dan Syahidah Rahmah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI Ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan kartu ATM BSI, dengan *simple random sampling* dengan Jumlah sampel sebanyak 97 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,038 (3,8%) yang berarti H_0 ditolak, dan secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumtif terhadap penggunaan kartu ATM BSI dengan signifikansi sebesar 0,055. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya mahasiswa menggunakan kartu ATM BSI hanya sebatas sebagai alat untuk mempermudah transaksi keuangan, selain itu faktor lainnya berdasarkan tunjangan/uang saku responden yang relative rendah sehingga mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa, serta mahasiswa dapat dikatakan berperilaku konsumtif dalam batas yang wajar yang mana hal ini sudah sejalan dengan perilaku konsumtif dalam Islam yang mana Islam menganjurkan agar kiranya manusia dapat bertindak di antara rata-rata (*modernity*) dan kesederhanaan (*simplicity*).

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Kartu ATM, BSI

ABSTRACT

AYU ISMASARI. 2023. *Consumptive behavior in using BSI ATM cards viewed from an Islamic Economics Perspective. Thesis. Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Main Supervisor Muhammad Najib Kasim and Co-Supervisor Syahidah Rahmah.*

This research aims to analyze consumer behavior in using BSI ATM cards from an Islamic Economics perspective. The data analysis method uses quantitative analysis with data sources using primary and secondary data. The population in this study were all students from the Faculty of Economics and Business at Muhammadiyah University of Makassar who used BSI ATM cards, using simple random sampling with a total sample of 97 respondents. The results of this research show that the correlation coefficient value is 0.038 (3.8%), which means H_0 is rejected, and partially there is no significant influence between consumer behavior on the use of BSI ATM cards with a significance of 0.055. This is due to several factors, including students using BSI ATM cards only as a tool to facilitate financial transactions, apart from that, other factors are based on the relatively low allowance/pocket money of respondents, which influences students' consumption patterns, and students can be said to behave consumptive within reasonable limits. This is in line with consumer behavior in Islam, where Islam recommends that humans act between the average (modernity) and simplicity (simplicity).

Keywords: *Consumptive Behavior, ATM Card, BSI*

DAFTAR ISI

SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i>	9
2. Penggunaan Kartu ATM	13
3. ATM Sebagai Produk Perbankan.....	16
4. Perilaku Konsumtif.....	17
5. Perilaku Konsumtif Menurut Perspektif Islam.....	23
B. Tinjauan Empiris	28
C. Kerangka Berpikir	32
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Jenis dan Sumber Data	37
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Metode Pengumpulan Data	40
F. Definisi Operasional Variabel	41
G. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian).....	59
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	75
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
L A M P I R A N.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4. 1 Pengukuran Skala Likert.....	59
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Program Studi	60
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tunjangan/Uang saku Perbulan	61
Tabel 4. 5 Responden Terhadap Perilaku Konsumtif	63
Tabel 4. 6 Responden Terhadap Penggunaan Kartu ATM BSI.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Uji Validitas.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Uji Reabilitas	69
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linier Sederhana	73
Tabel 4. 13 Model Summary Regresi Linier Sederhana.....	73
Tabel 4. 14 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI).....	58
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia perbankan syariah mengalami peningkatan yang signifikan, sehinggal akan terus tumbuh dan menguatkan stabilitas ekonomi dan keuangan (Wilardjo, 2005). Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah satu dari beberapa bank berbasis syariah yang ada di Indonesia. BSI merupakan penggabungan dari 3 Bank Syariah ternama yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah dan Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, yang pada tanggal 21 Februari 2021 menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (D. S. Sari, 2021). Penyediaan *Automatic Teller Machine* (ATM) menjadi salah satu layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (Arthesa & Handiman, 2009). Demi kepuasan nasabah, BSI juga memanfaatkan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara maksimal (Ifham, 2015). Dalam sektor perbankan, kemajuan suatu teknologi dapat terlihat dalam melakukan transaksi yang kini tidak lagi memerlukan interaksi yang panjang dengan beberapa komponen seperti CS (*customer service*), *teller*, dan sebagainya. Salah satu aspek terpenting dari pertumbuhan perbankan adalah pengambilan uang. Jika melihat kembali ke masa lalu, penarikan tunai harus dilakukan langsung dari bank. Namun kini, penarikan sudah bisa dilakukan sendiri dengan menggunakan kartu ATM (Lubis, 2017).

Automatic Teller Machine (ATM) kini merupakan alat pembayaran dengan rekor transaksi paling signifikan. Pada saat awal dihadirkan tahun 1987 oleh Bank Niaga, penggunaan ATM hanya melayani transaksi penarikan secara tunai. Bersamaan dengan jalannya waktu, *Automatic Teller Machine* (ATM) merupakan

alat berbasis elektronik yang dapat difungsikan untuk transaksi seperti pengecekan saldo, transfer uang dan juga dapat melakukan penarikan dana dari *Automatic Teller Machine* (ATM) tanpa harus dibantu oleh seorang *teller* (Marbun B, 2014).

Dalam bahasa Indonesia pada umumnya, ATM disebut sebagai Anjungan Tunai Mandiri yang secara harfiah diterjemahkan menjadi mesin kasir otomatis tanpa orang. Diposisikan di dalam maupun di luar halaman bank yang mampu melaksanakan operasi perbankan umum seperti deposito, penarikan, transfer rekening, dan pembayaran/pelunasan tagihan kartu kredit (Emirson, 2002). ATM juga dapat digunakan untuk membayar rekening ponsel dan untuk melakukan pembelian produk dan layanan di lokasi yang telah ditentukan. Alat ini secara substansial dapat membantu pengguna mendapatkan layanan keuangan tanpa dibatasi oleh jam operasional bank dengan mengambil alih sebagian besar tugas *teller* (Latumaressa, 2011).

Penggunaan kartu ATM harus mempertimbangkan hal-hal berikut dalam hal ekonomi Syariah: pertama, membeli produk pangan dan yang bukan pangan selaras dengan pengertian kebutuhan, yaitu perlunya mengutamakan serta telah mempertimbangkan syariat Islam. Kedua, *masalah* yang diperoleh adalah pencapaian manfaat dan keberkahan dalam mengonsumsi makanan dan non makanan. Ketiga, perolehan keuntungan bukan hanya dalam kehidupan ini akan tetapi juga di kehidupan berikutnya, sebab pengeluaran dalam konsumsi masih mencakup komponen sosial meliputi zakat, *infaq*, dan bersedekah dengan memastikan bahwa aktifitas konsumsi didasarkan pada prinsip-prinsip religiusitas (Ramadani, 2016). Ekonomi muslim hanya perlu mengikuti *masalah* untuk meningkatkan ekonomi Islam, meski pengembangan ekonomi menghadapi

perubahan dan kemajuan teknologi, *masalah* harus tetap menjadi pedoman (Musdalifah, 2018). Dalam aspek keuangan syariah, penggunaan kartu ATM adalah halal. Akan tetapi kehalalan ini tergantung pada standar bahwa dalam muamalah setiap transaksi pada dasarnya dapat dilakukan melainkan apabila ada dalil yang melarangnya, maka dalam hal itu hukumnya dapat berbalik haram (Anam, 2018). Demikian pula, prinsip-prinsip *fiqh* yang menyatakan bahwa “semua jenis muamalah pada dasarnya dihalalkan. Selain daripada, jika ada dalil yang melarangnya dan menafikan kehalalannya”. Kedua pilar yang dimaksud dapat menjadi hal yang meyakinkan, untuk menerima fakta bahwa diperbolehkan dalam hukum ekonomi Islam jika melakukan transaksi secara non tunai (Ismail, 2019). Menurut Islam, menggunakan kartu ATM secara efisien bermakna melakukan segala sesuatu dengan cara yang benar, tepat dan cermat. Sanggup melakukan perbandingan antara *output* dan *input* juga merupakan makna dari efisiensi. Namun, bila semua kekayaan dibelanjakan dengan benar, maka itu tidak mubazir. Allah SWT berseru kepada umat Islam untuk tidak berfoya-foya atau membelanjakan harta tanpa berpikir panjang sehingga akan menjadi mubazir. Seruan ini bermaksud agar umat Islam mengelola keuangannya dengan sangat hati-hati, sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan mereka. Menghindari mentalitas yang tidak berguna dan mubazir, sebab mubazir adalah sekutu setan yang paling nyata. Sedangkan individu yang suka berhemat adalah seorang yang berpandangan jauh ke depan (Tasmara, 2004). Efisiensi penggunaan kartu ATM ini juga membuat masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi untuk mengisi kebutuhan konsumsinya.

Konsumsi lazim diformulasikan dengan penggunaan suatu barang serta jasa seperti makanan dan minuman, pakaian, rumah, kebutuhan rumah tangga,

kendaraan, peralatan hiburan, percetakan dan alat elektronik, layanan telepon, layanan nasihat hukum, pendidikan atau kursus dan sebagainya (Fordebi & Adesy, 2016). Konsumsi merupakan pengeluaran rumah tangga berupa barang dan jasa. Pengeluaran rumah tangga berupa barang yaitu barang yang bersifat awet mencakup kendaraan dan kebutuhan rumah tangga, serta barang berupa pakaian dan makanan merupakan barang bersifat yang tidak tahan lama. Sedangkan untuk jasa meliputi barang non fisik, termasuk akademik (Mankiw, 2006). Secara umum, perilaku konsumtif masyarakat didasari dengan adanya keinginan untuk memiliki suatu barang atau jasa yang telah mereka idamkan. Alasan lainnya adalah ketika mereka berada dalam keadaan darurat, mereka akan berupaya dengan keras untuk memenuhi kepuasan serta kebutuhan mereka akan barang dan jasa tersebut. Namun, tidak sesuai keinginan dan kebutuhan seseorang tidak dapat diperkirakan apabila mereka mendapatkan masalah atau konsekuensi yang harus ditanggung (Pramuhadi, 2019).

Perilaku konsumtif tampaknya mengalami pergeseran makna dari pemenuhan kebutuhan dasar manusia menjadi sarana pemuasan keinginan dengan berbagai simbol yang berkaitan dengan status sosial, kedudukan, maupun gaya yang ditunjukkan melalui pengonsumsiannya suatu barang. Hal tersebut merupakan gejala dari perilaku konsumtif, yang mana keinginan untuk meningkatkan taraf hidup juga merupakan latarbelakang dari kegiatan tersebut. Berdasarkan pengamatan fenomena di sekitar, kebanyakan orang membeli barang yang diinginkan tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungannya, seperti dalam hal berpenampilan (Syifa, 2019). Gaya hidup konsumtif tidak jarang ditemui pada generasi muda, yang arah orientasinya lebih berfokus pada kenikmatan dan kesenangan serta kepuasan dalam pengonsumsiannya suatu barang dalam jumlah

yang besar (Amalia & Setiaji, 2017). Generasi muda yang dimaksud adalah mahasiswa, yang mana mahasiswa dipandang mampu membedakan antara kebutuhan dan yang hanya sekedar keinginan atau hasrat semata. Namun realitanya, mahasiswa masih belum mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya. Dalam hal biaya yang berkenaan dengan kebutuhan lain seperti berbelanja, jalan-jalan dan hiburan masih lebih tinggi daripada kebutuhan yang lebih penting seperti makanan dan minuman, transportasi, serta kebutuhan belajar untuk investasi masa yang akan datang kelak. Peristiwa ini menjadikan mahasiswa kehilangan nalar dalam berbelanja, akibatnya menimbulkan perilaku konsumtif bagi diri mereka (D. E. Sari, 2018). Konsumsi yang bersifat Islami selalu berpegang teguh pada prinsip Islam, salah satu ajaran penting mengenai konsumsi adalah selalu memberikan perhatian akan halal dan haramnya suatu barang yang akan dikonsumsi. Tidak hanya nilai guna serta manfaatnya saja yang harus dipertimbangkan, tetapi juga halal haramnya suatu barang yang akan dikonsumsi. Seorang muslim harus mempertimbangkan kebaikan (*maslahah*) daripada keuntungan bagi dirinya dan orang lain ketika memenuhi kebutuhan konsumsinya. Tujuan syariat Islam harus menjadi tujuan dari aktifitas konsumsi pula, dengan mencapai *maslahah* yang didefinisikan sebagai *maqasid* syariah. Kesederhanaan, kesetaraan, antara pengeluaran dan pemasukan, serta investasi dan tabungan merupakan kaidah atau hakikat kuantitas. Sedangkan prinsip prioritas yakni kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Serta prinsip sosial yakni kebutuhan umat, keteladanan, tidak menempatkan orang lain dalam bahaya, prinsip lingkungan dan berakhlak. Agama Islam mengajarkan gaya hidup yang seimbang dan apa adanya, sebaliknya melarang umatnya untuk hidup secara berlebihan. Perilaku konsumtif yang berlebihan atau hedon dapat mendatangkan

kerugian dan mengubah gaya hidup seseorang dengan kecenderungan berperilaku konsumtif, karena pergaulan maupun lingkungan masyarakat (Wulansari et al., 2020). Fenomena ini nantinya menjadi ancaman serius bila terjadi, tak hanya pada kalangan orang dewasa saja namun juga pada anak remaja termasuk mahasiswa karena pola konsumsi individu dibentuk pada usia remaja. Usia 13-21 tahun disebut masa remaja, dan pada masa usia tersebut digunakan untuk mencapai pola pribadi yang ideal sehingga menyebabkan mahasiswa gampang terpengaruh akan aspek positif maupun negatif dari lingkungan mereka. Pada kenyataannya, diketahui bahwa mahasiswa dapat meniru gaya konsumtif yang dianggap kekinian (M. B. A. Rasyid, 2022).

Saat ini terdapat fenomena dimana kalangan mahasiswa memiliki gaya hidup yang cukup hedon demi memamerkan suatu barang konsumsinya, maupun demi menyesuaikan diri pada lingkungan. Biasanya pada fase baru memasuki bangku kuliah, mahasiswa cenderung berpenampilan sederhana. Namun seiring berjalannya waktu akan mengalami perubahan, dimulai dari gaya berpakaian dengan membeli barang dengan merk terkenal, barang kekinian/trend, pergi ke *mall*, menggunakan barang-barang yang populer serta mahal meskipun barang sebelumnya masih layak digunakan. Sehingga dari fenomena tersebut dapat dikatakan adanya pergeseran pola konsumsi mahasiswa.

Pengetahuan ekonomi khususnya yang berprinsip Islami, dapat menjadi pilihan sebagai cara untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa. Yang mana hal tersebut penting dalam membantu mahasiswa untuk membuat keputusan serta mempertimbangkan masalah dari sesuatu yang akan dikonsumsinya.

Berdasarkan deskripsi di atas, peneliti tertarik melakukan pendekatan terhadap permasalahan tentang perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Berikut ini manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian, yakni:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur ekonomi Islam dengan mengeksplorasi perilaku konsumtif dalam konteks perbankan Syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan peneliti selain memberikan kontribusi pemikiran tentang ekonomi Islam yang mengatur perilaku konsumtif dalam penggunaan kartu ATM khususnya.
- b. Bagi perbankan, sebagai informasi bagi perbankan untuk memahami perilaku konsumtif nasabah mereka sehingga dapat menyempurnakan produk dan layanan yang ditawarkan agar lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian berkaitan dengan perilaku konsumtif pada penggunaan kartu ATM.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. *Automatic Teller Machine (ATM)*

a. Pengertian *Automatic Teller Machine (ATM)*

ATM adalah mesin kasir otomatis non orang, yang mampu mengeluarkan uang tunai dan memberikan pelayanan berbagai transaksi perbankan rutin yang umumnya berlokasi di sekitar atau di luar pelataran bank. *Automatic teller machine (ATM)* merupakan *E-Banking* yang paling dikenal, dalam bahasa Indonesia disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri. Fitur dasar ATM adalah untuk melakukan pengecekan saldo dan penarikan uang secara tunai (Vyctoria, 2013).

Automatic teller machine (ATM) merupakan skema layanan elektronik dengan menggunakan komputer yang ditawarkan kepada nasabah, hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menyelesaikan secara otomatis akan fungsi uang tertentu yang pada umumnya menjadi tugas *teller*. Dalam menangani beberapa bentuk transaksi bank, ATM dapat mengambil alih tugas *teller*. Kartu plastik (*Plastic Card*) dan kode pengenalan diri (*Personal Identification Card*), biasanya digunakan untuk mengoperasikan ATM (Latumaressa, 2011).

Beberapa jenis transaksi dalam menggunakan kartu ATM meliputi:

- 1) Tarik tunai
- 2) Transfer sesama rekening dengan bank yang sama maupun bank yang lain

3) Pembayaran tagihan (telepon, air, listrik, *top up* pulsa, dan kartu kredit) (Ismail, 2011).

b. Jenis Mesin ATM

Mesin ATM mampu melakukan berbagai transaksi seperti penarikan uang secara tunai, transaksi *inquiry*, cek saldo rekening, transfer, perubahan PIN, pembelian, dan pelunasan tagihan. ATM kini sudah dapat diakses dan tersedia hampir di seluruh penjuru Indonesia untuk menangani kepentingan nasabah. Nasabah non-bank yang bersangkutan juga dapat dilayani, tetapi hanya dapat bertransaksi dengan pembayaran secara tunai dan *inquiry* saldo.

ATM non tunai adalah mesin ATM yang hanya mampu menyelesaikan segenap transaksi non tunai meliputi *inquiry* saldo rekening, transfer, perubahan PIN, pembelian serta pelunasan tagihan, sedangkan transaksi secara tunai tidak dapat dilakukan pada ATM non tunai tersebut. Kini sudah dapat diperoleh nasabah di beberapa kantor cabang, tetapi bagi yang bukan nasabah ATM non tunai akan ada perbedaan dengan nasabah ATM biasanya, karena ATM non tunai hanya dilengkapi layar monitor (*monitor screen*) dan juga papan ketik (*keyboard*) atau papan ketik tidak seperti mesin ATM pada umumnya.

ATM setor tunai adalah mesin yang memungkinkan penyetoran tunai serta cek saldo rekening, tetapi tidak mampu menyelesaikan transaksi penarikan tunai, transfer, perubahan PIN, pembelian dan pelunasan tagihan. Pelayanan bagi nasabah kini sudah dapat diakses di beberapa kantor cabang. ATM setor tunai wujudnya hampir sama dengan ATM biasa, yang membedakan ada lubang pada sisi depan yang

difungsikan untuk menaruh penyetoran uang. Kartu bank dan kode PIN yang sama penggunaan pada mesin ATM pada umumnya, harus digunakan nasabah dalam melakukan transaksi penyetoran secara tunai. Dalam melakukan transaksi ini, kegiatan atau pembuatan PIN terbaru tidak perlu dilakukan. Sebab secara *realtime*, saldo akan diperbaharui.

Drive Thru mesin ATM mampu menjalankan segala transaksi sama halnya dengan ATM pada umumnya, yakni tarik tunai, *inquiry saldo*, transfer, perubahan PIN, pembelian serta pelunasan tagihan. Keunikan ATM *Drive Thru* dapat dilihat dari tempat dan rupanya, karena dirancang agar memudahkan nasabah dengan pelayanan tanpa perlu turun dari kendaraanya. Transaksi seperti tarik tunai dan *inquiry saldo* saja yang layanannya dapat diperoleh nasabah non-bank (Arthesa dan Handiman, 2009).

Berikut ini beberapa macam jaringan kerja ATM yang dikelola oleh pihak yang bersangkutan, yakni:

1) *Offline*

Offline merupakan bentuk paling sederhana dari ATM. Bank pelaksana hanya perlu menyediakan *software* yang mudah, terlebih *mainframe* pun tidak diperlukan untuk menyempurnakannya. Nasabah dapat melakukan penarikan secara tunai tanpa harus melihat *file* rekening dengan sistem ini. Pastinya metode ini dapat memberikan kerugian pada bank sewaktu-waktu, karena nasabah dapat melakukan penarikan tunai dengan jumlah yang melebihi batas minimum saldo rekening. Metode ini umumnya dilakukan bank sebab belum tersedianya jaringan komputer yang baik ataupun tinjauan spesifik.

2) *Stand Alone*

Stand Alone menunjukkan perkembangan lebih baik jika dibandingkan dengan *offline* dalam sistem ATM. ATM sudah dirancang pengoperasiannya untuk membaca file rekening dari nasabah yang dimaksud. Dalam arti lain, komponen ATM telah dilengkapi dengan *mainframe* sakral mini (CPU/PC) yang menjadi tempat penyimpanan seluruh *file* rekening milik nasabah.

3) *Online*

Online adalah ATM yang mengalami kemajuan lebih dulu jika dilihat dari bentuk sistemnya, karena setiap ATM dikelola oleh satu *branch system* yang satu sama lainnya telah dihubungkan *online*. Sehingga memungkinkan nasabah di setiap cabang dapat memanfaatkan ATM terdekat yang telah memiliki jaringan komputer. Sistem ini nampaknya cenderung diterapkan di negara ini dalam hal pelayanan ATM.

4) *ATM Sharing*

ATM sharing merupakan penggabungan semua ATM yang dimiliki pengelola ATM *intergrated* dalam membentuk suatu jaringan. Keuntungan yang jelas diperoleh nasabah ialah dapat dengan leluasa menggunakan ATM pengelola, yang mana persaingan antar pelayanan ATM dapat dikurangi. *ATM sharing* biasanya tersedia di beberapa tempat untuk melayani nasabah. Untuk nasabah yang tidak terafiliasi dengan bank terkait, hanya dapat dilayani dengan pengambilan uang secara tunai dan *inquiry* saldo. (Latumaressa, 2011).

c. Kartu Plastik

Kartu plastik adalah suatu benda berupa kartu yang terbuat dari plastik, dan digunakan demi keperluan transaksi keuangan. Kartu plastik yang digunakan untuk transaksi keuangan ini bervariasi, sesuai dengan tipe dari kartu yang akan digunakan. Kartu kredit (*Credit Card*) dan kartu ATM yang juga memiliki fungsi sebagai kartu debit (*Debit Card*), merupakan jenis kartu yang paling umum digunakan.

Kartu plastik dikeluarkan oleh instansi keuangan, termasuk bank. Kini, beberapa bank telah mengeluarkan produk kartu plastik untuk tujuan memuaskan nasabahnya. Kartu plastik unggulan adalah kartu yang digunakan untuk mengambil uang secara tunai dari *Automatic Teller Machine* (ATM), juga dikenal sebagai kartu ATM. Demi kemudahan dalam bertransaksi, kartu ATM ini dikeluarkan untuk setiap nasabah. Bagi pemegang kartu, fungsi dari kartu plastik ini adalah untuk memudahkan dalam bertransaksi keuangan. Dalam bertransaksi keuangan, pada dasarnya kartu plastik dapat membantu dalam pengurangan penggunaan uang tunai. Hal tersebut dilakukan demi kenyamanan dan keamanan (Arthesa dan Handiman, 2009).

2. Penggunaan Kartu ATM

Beberapa bank memberikan layanan pada kartu ATM milik nasabah berupa debit dan kartu kredit. Nasabah dapat menggunakan layanan ini dalam bertransaksi pembelian maupun pembayaran suatu barang atau jasa pada beberapa lokasi tertentu yang bekerjasama dengan bank. Prosedur yang digunakan dalam pembelian barang dan jasa adalah dengan mendebet atau melakukan pengurangan saldo pada rekening nasabah sekaligus menambah

saldo pada rekening tabungan *merchant*. *Merchant* merupakan istilah lain dari penjual yang bekerjasama dengan bank. *Merchant* memiliki sebuah alat yang memungkinkannya untuk mengecek validitas kartu, baik dari segi kepunyaan maupun simpanan.

Menurut Bank Indonesia (2015) dalam pernyataannya, kartu ATM adalah APMK yang penggunaannya untuk bertransaksi tarik tunai serta transfer dana. Pengurangan simpanan secara kontan pemilik kartu pada bank atau instansi non bank lainnya yang memiliki hak menghimpun dana sesuai dengan undang-undang, menjadi keharusan bagi pemilik kartu yang sewaktu-waktu akan dikabulkan (Arthesa dan Handiman, 2009).

APMK ada beberapa jenis, yakni berupa kartu kredit dan kartu debit/ATM. Dalam Ramadani (2011:4) dijelaskan bahwa penggunaan, kemudahan, dan manfaat kartu ATM telah berkembang dengan sangat cepat. Kemampuan untuk mengambil dan menyetor uang di ATM secara tunai, transfer dana sesama rekening di satu bank yang sama atau di bank lain, pembayaran kartu kredit, pajak, telepon, listrik, dan air, serta pulsa prabayar merupakan beberapa dari manfaat yang dapat diperoleh nasabah (Khairi dan Gunawan, 2019).

Kartu ATM berfungsi sebagai alat bertransaksi dan memperoleh informasi tentang bank secara elektronik. Berikut Beberapa manfaat dari penggunaan ATM:

- a. Pengambilan uang secara tunai, nasabah dapat melakukan pengambilan uang tunai di setiap ATM yang terhubung pada bank yang bersangkutan. Total Penarikan dana tergantung pada batas yang ditentukan atau sisa saldo yang ada di ATM yang tersebut.

b. Dapat difungsikan sebagai sarana pemesanan *bilyet giro* (BG) dan buku cek.

- 1) Dapat digunakan untuk pengecekan saldo rekening nasabah
- 2) Dapat dimanfaatkan untuk melakukan transaksi seperti pembayaran listrik, telepon, serta pembayaran lain.

c. Kegunaan lainnya yang ditawarkan ATM selain yang diatas yaitu:

- 1) Efisien dan gampang digunakan.
- 2) Pelayanan 24 jam plus hari libur.
- 3) Keamanan dan privasi terjamin.
- 4) Memungkinkan penarikan tunai lebih dari sekali dalam 1 hari.
- 5) Tersedia di berbagai lokasi yang mudah dijangkau
- 6) Sebagai alat untuk menyimpan uang via transfer sesama bank

d. Indikator Penggunaan kartu ATM

- 1) Intensitas Penggunaan
- 2) Kegunaan/manfaat penggunaan
- 3) Kemudahan

Dalam Hanafizadeh et al., (2014:65) menyatakan bahwa mendefinisikan kemudahan penggunaan adalah sebagai sebuah tingkat keyakinan dalam diri seseorang dalam menggunakan suatu sistem sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras.

4) Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller, Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk terhadap kinerja yang diharapkan (Andriani, 2015).

3. ATM Sebagai Produk Perbankan

Penggunaan ATM adalah salah satu layanan perbankan yang diciptakan untuk membantu masyarakat. Sejalan dengan pertumbuhan zaman di kota-kota besar, akan begitu berguna bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Salah satu cara perbankan menawarkan layanan kepada masyarakat melalui ATM adalah dengan membantu penggunanya menghemat waktu dan tempat untuk melakukan aktifitas perbankan secara rutin. ATM juga merupakan satu dari beberapa upaya bank demi meningkatkan investasi dalam aspek teknologi. Penggunaan ATM dapat mengirit waktu nasabah dalam melakukan penarikan tunai tanpa harus ke bank, karena letak ATM yang sudah tersedia dimana-mana dan tanpa perlu mengisi formulir untuk tarik tunai dan penyetoraan. ATM atau *automatic teller machine*, dalam istilah bahasa Indonesia adalah anjungan tunai mandiri.

ATM adalah perangkat elektronik yang disediakan oleh bank untuk pemegang rekening, yang mana dapat berguna dalam melakukan transaksi elektronik seperti cek saldo, transfer, serta penarikan uang dari mesin ATM tanpa harus ke bank yang dilayani oleh *teller*. Kartu ATM adalah alat pembayaran kartu yang dapat dimanfaatkan untuk menarik uang tunai dan mentransfer dana. Dimana suatu keharusan bagi pemegang kartu dapat dipenuhi segera dengan memotong secara langsung simpanan pemegang kartu di bank, atau instansi non bank lainnya yang berwenang untuk mengambil uang sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Definisi ATM yang dikemukakan oleh Allen H. Lipis adalah "Alat kasir otomatis tanpa awak, yang terletak di sekitar atau di luar halaman bank, yang mampu

mengeluarkan uang tunai dan memproses transaksi perbankan rutin” (Marbun B, 2014).

4. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Berdasarkan teori Fromm (1995) menyatakan bahwa perilaku yang diidentifikasi dengan menjalani kehidupan secara berlebihan dan penggunaan segala sesuatu yang memberikan kesan mahal, demi mendapatkan kenyamanan serta kepuasan jasmani yang signifikan, dan adanya sokongan terhadap cara hidup individu yang didasari dengan keinginan untuk mendapat kebahagiaan merupakan definisi dari perilaku konsumtif. Dalam era kehidupan yang modern, keinginan masyarakat dalam mengonsumsi suatu barang sepertinya sudah tidak memiliki lagi hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Dewasa ini, berbelanja tidak jarang dilakukan oleh seseorang dengan melampaui batas sebagai upaya untuk diperolehnya kesenangan serta kebahagiaan, kendatipun kebahagiaan tersebut bersifat sementara. Pandangan ini mengisyaratkan bahwa sikap berlebihan dalam pembelian tidak lagi merefleksikan upaya seseorang dalam berhemat, tetapi perilaku berbelanja digunakan sebagai cara dalam mengekspresikan diri dengan cara yang tidak tepat (Kholilah, 2008).

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Setiaji (1995) mengatakan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku berlebihan seseorang dalam melakukan pembelian banyak barang atau segala sesuatu dengan tidak terduga. Akibatnya, mereka mengeluarkan uang

secara tidak wajar dan tidak logis, hanya demi memperoleh suatu barang yang mereka yakini memiliki keistimewaan.

Menurut Sumartono (dalam Fransisca 2005) membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan rasionalitas atau atas dasar kebutuhan adalah contoh perilaku konsumtif. Sumartono melanjutkan bahwa konsep perilaku konsumtif bukan lagi didasari rasionalitas, akan tetapi sebab adanya keinginan yang telah menjangkau tingkat yang sudah tidak wajar. Sementara menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, menegaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang cenderung tanpa batas melakukan aktifitas konsumsi, dan lebih memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan. Pemanfaatan nilai uang yang cenderung besar daripada nilai produksinya, serta membeli barang atau jasa yang tidak terlalu dibutuhkan adalah contoh perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian diatas, kesimpulan dari perilaku konsumtif adalah perilaku berlebihan dalam berbelanja suatu barang maupun jasa yang biasanya dilakukan dengan tiba-tiba atau tidak disadari adanya pertimbangan yang rasional sehingga menciptakan kepuasan dan kenyamanan secara fisik (Fransisca, 2005).

b. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Karakteristik atau ciri umum dari perilaku konsumtif menurut teori Erich Fromm, adalah:

- 1) *Impulsive Buying* atau pembelian yang impulsif ialah pembelian tanpa terencana. Pembelian ini ada 2 kategori, yaitu Pembelian tersugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian yang tidak terencana berdasarkan gagasan atau rekomendasi orang lain.

2) *Non Rational Buying* atau pembelian yang tidak rasional adalah kegiatan membeli atas dasar alasan emosional. Konsumen berbelanja sesuatu hanya sekedar untuk memperoleh kesenangan. Loudon Bitta menunjukkan bahwa aspek rasional yang menegaskan pada kebutuhan sebenarnya berbeda dengan faktor emosional yang dikaitkan dengan emosi dan perasaan seseorang, meliputi rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kemudahan, dan keadaan sosial.

3) *Wasteful Buying* atau pembelian yang boros adalah salah satu tindakan menghabiskan uang tanpa alasan yang jelas. Pembelian yang menghabiskan lebih banyak uang daripada pendapatan dan digunakan untuk beberapa hal yang kurang urgen.

c. Indikator Pengukuran Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, indikator atau beberapa faktor dalam berperilaku konsumtif yaitu melakukan pembelian karena hadiahnya menarik, membeli sebab kemasannya yang unik, membeli demi menjaga penampilan dan reputasi diri, membeli berdasarkan pertimbangan harga (diskon), membeli barang karena meanggap dapat menaikkan status sosialnya, menggunakan suatu barang di bawah pengaruh model iklan komoditas, mempersepsikan bahwa dengan pembelian barang dengan harga tinggi akan meningkatkan kepercayaan diri, seseorang melakukan pembelian barang atau produk tidak hanya demi melengkapi kebutuhannya tetapi juga disebabkan harga yang tinggi untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Ciri lain dari perilaku konsumtif, yang dinyatakan oleh Lembaga Konsumen Indonesia adalah timbulnya perilaku konsumtif disebabkan karena individu cenderung memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan. Akibatnya, keputusan konsumen untuk membeli sesuatu seringkali tidak dipertimbangkan dengan baik hanya didasarkan pada keinginan saja (Fransisca, 2005).

Oleh daripada itu, peneliti mendapati kesimpulan dari beberapa pendapat ahli di atas bahwa indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- 1) Mementingkan pembelian barang atas dasar keinginan bukan prioritas
- 2) Membeli barang tanpa batas
- 3) Membeli barang dengan alasan kemasannya unik dan menarik
- 4) Membeli barang agar selalu mengikuti *trend*
- 5) Membeli barang demi meningkatkan status sosial
- 6) Membeli barang karena komersil yang menarik
- 7) Membeli barang sebab adanya diskon dan bonus yang diberikan
- 8) Membeli barang karena penawaran hadiah

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan eksternal:

1. Faktor Internal

Ada dua komponen faktor internal yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

- a. Faktor psikologis sangat berpengaruh dalam perilaku konsumtif seseorang (Kotler, 2000), meliputi:

- 1) Motivasi, motivasi dapat mempengaruhi perilaku berbelanja karena ketika ada motivasi yang kuat untuk melakukan pembelian suatu barang, jasa, atau produk, seseorang memiliki kecenderungan dalam membeli tanpa pertimbangan yang rasional.
 - 2) Persepsi, persepsi memiliki kaitan yang erat dengan motivasi; ketika seseorang memiliki persepsi yang elok, mereka akan memiliki motivasi yang tinggi untuk bertindak, dan ini akan mendorong mereka untuk melakukan tindakan dengan tidak logis.
 - 3) Sikap berpendirian dan keyakinan yang dibangun melalui berperilaku dan belajar akan memberikan keyakinan dan pendirian bagi individu. Salah satu dari beberapa hal yang menimbulkan perilaku konsumtif seseorang yaitu dengan adanya kepercayaan berlebih kepada penjual dan tidak memiliki pendirian yang stabil.
- b. Faktor pribadi, menurut teori Kotler (2000) karakteristik dari faktor pribadi ini sangat mempengaruhi seseorang untuk membeli. Yakni:

- 1) Usia dan siklus hidup

Individu dalam melakukan pembelian suatu barang atau jasa akan terus mengalami perubahan sepanjang hidupnya, dan selera juga berubah seiring bertambahnya usia.

2) Pekerjaan

Pekerjaan juga mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Orang yang melakukan pekerjaan berbeda, juga memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Hal ini dapat mengakibatkan individu terlibat dalam perilaku konsumtif dalam upaya memenuhi pekerjaannya.

3) Situasi ekonomi

Individu yang merasa memiliki cukup uang akan lebih suka mengeluarkan uangnya demi membeli suatu barang, sementara individu yang perekonomiannya lemah akan cenderung berhemat.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup yaitu cara hidup atau kebiasaan dalam menjalani hidup yang merupakan bentuk kesadaran diri. Gaya hidup menggambarkan “manusia seutuhnya” yang bersosialisasi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menyiratkan pola umum tingkah laku individu dalam kehidupan sehari-harinya.

5) Gender

Terdapat perselisihan pendapat antara pria dan wanita mengenai perilaku konsumtif. Pria cenderung memiliki minat terhadap kualitas suatu barang, membeli barang di mall, suka memamerkan pakaian favoritnya, tidak terlalu mementingkan bonus barang. Sementara itu, perempuan cenderung mempertimbangkan harga saat berbelanja, lebih leluasa dalam memilih tempat berbelanja, lebih mudah memamerkan desain pakaiannya, dan mempertimbangkan bonus saat berbelanja.

2. Faktor Eksternal

- a. Kebudayaan: Kebudayaan individu sangat memengaruhi perilaku manusia. Pengaruh kebudayaan berubah seiring berjalannya waktu, dan perilaku individu cenderung menyerap kebudayaan tertentu (Kotler, 2000).
- b. Kelas sosial: Kelas sosial dalam lingkungan masyarakat terbagi menjadi tiga golongan, yakni golongan teratas meliputi pengusaha kaya raya, orang kaya dan pejabat. Golongan menengah terdiri dari pengusaha menengah dan karyawan swasta. Dan golongan bawah seperti buruh pabrik. Kekayaan, kekuasaan, kehormatan, serta pengetahuan adalah faktor yang membentuk kelompok di atas (Mangkunegara, 2002).
- c. Keluarga: Keluarga memainkan peran yang urgen dalam perilaku konsumtif sebab keluarga adalah tempat banyak barang dipakai dan dikonsumsi serta tempat sikap individu dibentuk (Mangkunegara, 2002).

5. Perilaku Konsumtif Menurut Perspektif Islam

Dalam ajaran Islam, konsumsi akan selalu dibarengi dengan kedudukan iman. Peran keimanan menggambarkan acuan yang penting sebab kearakteristik manusia, berupa perilaku, gaya hidup, minat, dan perilaku terhadap orang lain, sumber daya, serta ekologi dipengaruhi oleh keamanan. Iman benar-benar mempengaruhi sifat kuantitas dan kualitas konsumsi, baik berupa kepuasan material ataupun kerohanian. Dalam situasi ini mengenai jenis halal haram, pelanggaran *israf*, pelanggaran atas kemewahan, konsumsi sosial dan segi normatif lainnya (Muhammad Muflih, 2006).

Dalam hal konsumsi, Islam tidak menyarankan pemuasan keinginan yang tak terkendali. Keperluan, kesenangan, dan kemewahan adalah beberapa contoh hierarki kebutuhan manusia. Islam menganjurkan agar kiranya manusia dapat bertindak di antara rata-rata (*modernity*) dan kesederhanaan (*simplicity*). Pengeluaran yang dimanfaatkan untuk memenuhi “kebutuhan” dan realisasinya secara wajar merupakan pengeluaran yang dianjurkan dalam Islam. Al-Qur'an menentang *israf. Tabzir* artinya membelanjakan harta untuk hal yang ditentang dalam syariat Islam.

Al-qur'an sebenarnya tidak juga mencegah manusia untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tidak juga melarang, bahkan mempertanyakan “siapa yang melarang perhiasan?”, apalagi mencukupi kebutuhan hidup yang beraneka ragam, tapi Al-qur'an melarang orang yang berlebih-lebihan dan melampaui batas. Al-qur'an melarang membiarkan manusia membiarkan hawa nafsunya yang menyebabkan mereka tidak mampu mengendalikannya, bahkan mempertahankannya (A. Rasyid, 2019). Sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS Al-A'raf/7: 31 berikut ini:

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya:

“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf/7: 31)

Ajaran Islam yang sesungguhnya dimaksudkan untuk memberi peringatan kepada umat manusia agar mengeluarkan uang sesuai dengan kesanggupannya. Pengeluaran tidak boleh lebih dari penghasilan dan pengeluaran juga tidak boleh lebih rendah sebab akan menimbulkan keserakahan. Masyarakat hendaknya menahan diri untuk

tidak berbelanja agar aliran kekayaan tidak berkurang dan melemahkan ekonomi masyarakat melalui perilaku boros.

Islam menghawatirkan orang menjadi mencintai harta kekayaan secara berlebih-lebihan. Harta yang dimiliki manusia sifatnya merupakan amanah yang diberikan oleh Allah SWT. kepada manusia agar dimanfaatkan sebaik-baiknya. Harta harus dijaga dan digunakan sesuai dengan syariat Islam. Manusia harus bekerja keras untuk mendapatkan harta dan memanfaatkannya di jalan Allah (Rahmah, 2020).

Berikut ini adalah karakteristik perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam:

- a. Konsumsi bukan hanya suatu aktifitas yang dilakukan tanpa batas, tetapi juga terbatas dengan sifat halal dan haram sebagaimana yang telah didefinisikan syarah.
- b. Konsumen yang rasional (*mutahlikal-aqlani*) akan selalu membelanjakan pendapatannya untuk berbagai produk yang sebanding dengan kebutuhan materil dan spiritualnya. Metode ini dapat mengarah pada keselarasan hidup yang sangat memerlukan keseimbangan kinerja antara seluruh kemampuan yang ada, dengan tetap mempertimbangkan bahwa ada aspek berbeda selain ekonomi yang harus dikembangkan pula. Nabi Muhammad SAW. menyerukan kepada kita untuk menafkahkan segala sesuatu sesuai kebutuhan sesuai peninggalan Nabi SAW. yang berbunyi:

وَكَانَ أَحَدُنَا إِذَا أَضْرَادَ مِنْهُ شَيْئًا أَحَدَّ مِنْهُ حَاجَتَهُ (رواه أحمد)

Artinya:

Dan apabila salah seorang dari kami mendambakan sesuatu dari makanan itu, maka ia akan mengambil darinya sesuai dengan yang dibutuhkannya.” (H.R Ahmad).

Islam begitu mementingkan bagaimana kekayaan dibelanjakan.

Menjaga harta benda dengan cermat sangat dianjurkan dalam ajaran Islam, termasuk mengendalikan syahwat agar tidak disalahgunakan.

Secara logis konsumen akan memenuhi kebutuhan konsumsinya berdasarkan khasiat pengonsumsiannya suatu barang dan jasa, serta kesanggupan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa tersebut.

- c. Menjaga keselarasan konsumsi melalui pergerakan disela-sela ambang batas bawah dan ambang atas ruang gerak konsumsi yang tidak dilarang dalam perekonomian Islam (*mustawa al-kifayah*), ialah batas dan ruang gerak yang ada bagi konsumen muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi mereka. Di bawah *Mustawa Kifayah*, individu akan terjerumus dalam sifat pelit, tamak, hingga kematian yang disebabkan rasa lapar. Sementara di atas (*mustawa al-kifayah*), individu akan terjerat pada taraf berlebihan. (*mustawa israf, tabdzir* dan taraf). Dalam Islam, dua tingkatan ini tidak diperbolehkan.
- d. Mempertimbangkan *daruriyat*, *hijayat*, dan *tahsiniyat* sebagai prioritas konsumsi. *Daruriyat* merupakan produk yang mampu melengkapi kebutuhan konsumen muslim paling dasar, yakni dengan menjaga kontinuitas agama (*hifz al-din*), jiwa/roh (*hifz al-nafs*), keturunan/asal-usul (*hifz al-nash*), hak, kepemilikan dan harta benda (*hifz al-mal*), serta akal/daya pikir (*hifz al-aql*). Sementara *hijayat* merupakan komoditi yang dapat meringankan kerumitan dan cukup berbeda-beda pula pada setiap orang, seperti besarnya kediaman, kualitas kendaraan, dan lain-

lain. Sedangkan *tahsiniyat* merupakan komoditi yang penggunaannya tidak diperbolehkan lebih dari dua preferensi konsumsi lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya ciri-ciri konsumsi menurut Islam yaitu konsumsi yang selaras dengan kebutuhan yang mementingkan rasionalitas juga sesuai dengan prioritas pembelian barang.

Perekonomian Islam tidak hanya sekedar kepuasan materil saja tetapi juga membahas kepuasan materi secara konseptual yang cukup luas, yaitu kepuasan yang cenderung tidak lepas dari kedudukan seseorang sebagai hamba Allah SWT. Prinsip dasar perilaku konsumen Islam meliputi:

- 1) Prinsip syariah yaitu mencakup dasar syariat yang mesti dipenuhi saat melakukan kegiatan konsumsi, terdiri atas:
 - a) Prinsip *aqidah* adalah prinsip yang menunjukkan bahwa konsumsi merupakan sarana kedisiplinan dalam beribadah, sebagai wujud dari ketakwaan umat yang akan dimintai pertanggungjawabannya oleh sang pencipta kelak sebagai seorang makhluk dan khalifah.
 - b) Prinsip pengetahuan yaitu menunjukkan bahwa seseorang diharuskan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai barang yang akan dikonsumsi dan beberapa hukum yang terkait dengan barang tersebut, apakah dari zat, proses, maupun tujuannya barang tersebut bersifat halal atau haram.
 - c) Prinsip *amaliyah* yaitu konsekuensi aqida dan pengetahuan tentang konsumsi Islami yang telah dikenal. Seseorang

diharuskan untuk menjalankan apa yang telah mereka pahami, sehingga mereka hanya akan memakan makanan yang halal kemudian menghindari makanan yang haram dan syubhat.

- 2) Prinsip kuantitas berarti mengikuti standar kuantitas yang telah disebutkan dalam syariat Islam. Satu dari beberapa jenis prinsip kuantitas ini yakni kesederhanaan, yang berarti mengonsumsi secara proposional tanpa menghabiskan banyak uang, mewah tetapi tidak pelit. Prinsip kuantitas dalam konsumsi juga melibatkan penyesuaian ditengah-tengah pemasukan dan pengeluaran. Dalam pengertian lain, konsumsi harus sesuai dengan kemampuan seseorang, yang mana harus lebih besar daripada ukuran pasak. Investasi dan menabung juga merupakan bentuk prinsip kuantitas, yang berarti bahwa tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi, tetapi juga harus melakukan simpanan demi kepentingan pertumbuhan kekayaan tersebut.

Berdasarkan informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip dasar perilaku konsumen Islami adalah prinsip akidah: segala bentuk perilaku orang Islam akan dituntut pertanggungjawabannya di akhirat dan mereka perlu berhati-hati dalam mengeluarkan harta mereka.

B. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris didefinisikan sebagai metode atau cara yang dapat dijamah oleh indra manusia, sehingga dapat dilihat dan diketahui juga oleh orang lain. Tinjauan empiris adalah penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan sub penelitian (Sugiyono, 2013).

Berikut ini beberapa dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan memiliki relevansi dengan penelitian ini, yaitu:

Penelitian Grace Asimaya Lusyana Pasaribu (2021). Penelitian yang dilakukan berjudul, Sistem Transaksi Kartu ATM Dan *SMS Banking* Pada PT Bank Sumut Cabang Koordinator Medan. Hasil dari peneltian ini menyatakan bahwa ATM dan *SMS Banking* memiliki peran yang sangat penting dalam aktifitas perbankan di masa kini. Manfaat atas pelayanan yang ditawarkan oleh mesin ATM antara lain: penarikan uang tunai, informasi saldo, perubahan PIN, penarikan tunai, transfer antar rekening Bank Sumut, transfer antar bank anggota ATM bersama, pembayaran tagihan rutin (telepon, listrik, air PDAM (Khusus Tirta Kualo), produk telekomunikasi kartu halo, *matrix*, *speedy*, *flexy classy*), uang kuliah (USU), dan pembayaran pajak bumi dan bangunan (PBB), pembelian isi ulang pulsa (*simpati*, *AS*, *mentari*, *flexy trendy*).

Selanjutnya penelitian Hisbullah Basri dan Agung Anggoro Seto (2018). Penelitian ini berjudul, Pengaruh Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Di Kota Palembang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu ATM dan Kredit di Kota Palembang, dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara alat pembayaran menggunakan kartu berupa kartu kredit terhadap pola konsumsi masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,000, dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara alat pembayaran menggunakan kartu berupa kartu ATM terhadap pola konsumsi

masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,140. Secara bersama-sama kartu ATM dan kartu kredit berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,000.

Penelitian Selanjutnya, dari Santa Claudya Panjaitan (2018) yang berjudul Gambaran Perilaku Konsumtif Pemilik Kartu Kredit Di Kota Medan. Data penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini melalui skala kuesioner dengan jumlah subjek penelitian sebanyak 389 subjek yang diambil dengan metode *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan metode analisis data meliputi analisis deskriptif, uji normalitas dan uji T satu arah (*one sample*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 50% pemilik kartu kredit di Kota Medan berperilaku konsumtif dan berposisi kategori konsumtif sedang.

Penelitian dari Andi Sri Buana Setiawati (2020) penelitian ini berjudul Pengaruh Pemanfaatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) *Plus* Anjungan Tunai Mandiri (ATM) BRI Syariah Cabang Palu Terhadap Motivasi Menabung Mahasiswa IAIN Palu. Hasil olahan statistik menyatakan bahwa pemanfaatan KTM *plus* ATM berpengaruh signifikan terhadap motivasi menabung mahasiswa IAIN Palu dengan nilai sig lebih kecil dari α yaitu $0,000 < 0,05$ dengan besaran pengaruhnya adalah sebesar 0,817 atau 81,7%, sedangkan sisanya 18,3% dijelaskan oleh variabel independen yang lain tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal ini dipaparkan dalam jawaban responden bahwa KTM *plus* ATM memberi manfaat yang signifikan terhadap motivasi menabung mahasiswa.

Penelitian selanjutnya, Deery Anzar Susanti (2020). Penelitian ini berjudul Transaksi Melalui Kartu ATM Ditinjau Dari Hukum Islam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menelaah konsep transaksi menggunakan ATM, ditinjau dari hukum Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi ATM menurut kajian

hukum Islam itu diperbolehkan, asalkan tetap mengikuti syariat Islam. Sesuatu itu tidak diperbolehkan apabila unsur transaksinya menjerumuskan pada kemudharatan, sedangkan konsep Islam sendiri adalah bahwa setiap transaksi ataupun pola kehidupan masyarakat harus membawa kemashlatan bagi umat lainnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan pemeriksaan keabsahan data menggunakan kajian pustaka.

Dalam penelitian Togot Benger Friendly Marbun (2014) yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Dalam Penggunaan Kartu ATM Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus pada Bank BNI)". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nasabah pengguna ATM sebagai konsumennya belum terpenuhi secara baik hak-haknya, hal ini disebabkan oleh adanya dominasi bank atas nasabah.

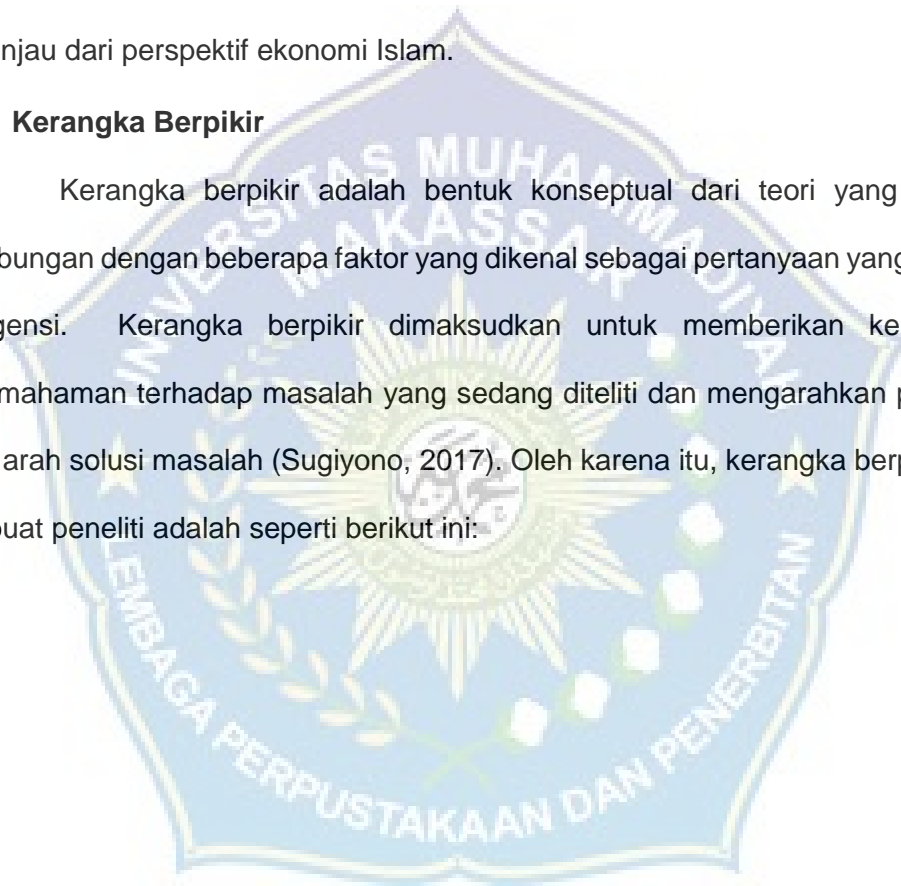
Selanjutnya dalam penelitian, Muhammad Ridwan dan Ilham Galang Wahyudi (2019) dengan judul "Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pengguna Situs Belanja *Online* Lazada di Kota Medan)". Hasil penelitian ini dengan kegiatan pengabdian pada masyarakat memiliki kesimpulan bahwa pengetahuan dan pemahaman peserta dan anggota majelis *Taqarub Illah* bertambah terhadap pemahaman perilaku konsumtif dan lebih cermat dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam pada pengguna situs belanja *online* aplikasi Lazada di Kota Medan. Disebabkan perubahan perilaku belanja masyarakat dari belanja secara *offline* menjadi *online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan seminar dan tanya jawab kepada peserta seminar. Peserta seminar diharapkan agar

merendahkan angka pembelian barang yang tidak dibutuhkan agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif.

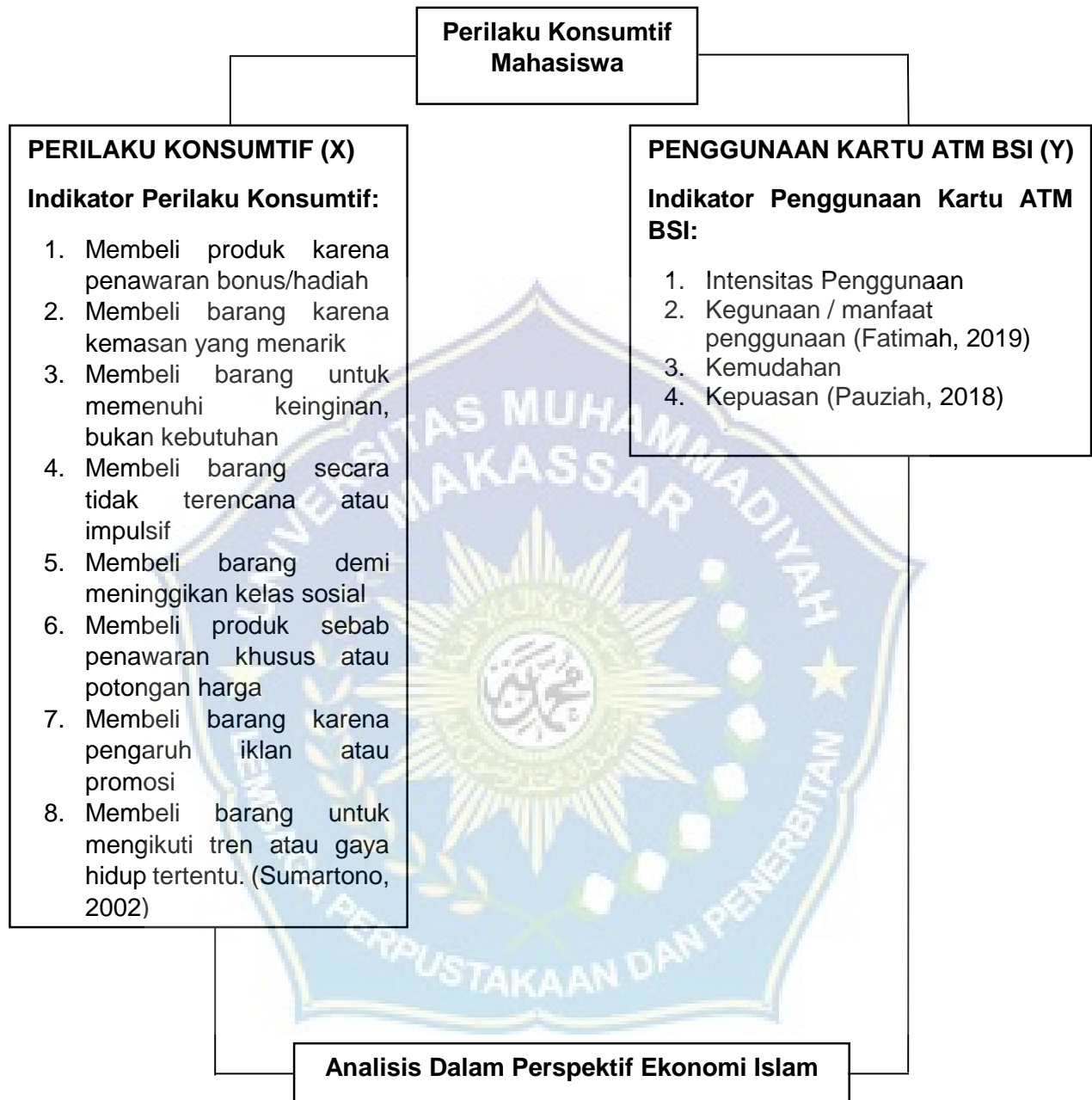
Adapun perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari analisis datanya, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sementara penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif. Dan tujuan penelitian ini berfokus pada analisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah bentuk konseptual dari teori yang memiliki hubungan dengan beberapa faktor yang dikenal sebagai pertanyaan yang memiliki urgensi. Kerangka berpikir dimaksudkan untuk memberikan kemudahan pemahaman terhadap masalah yang sedang diteliti dan mengarahkan penelitian ke arah solusi masalah (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu, kerangka berpikir yang dibuat peneliti adalah seperti berikut ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Berdasarkan kerangka berpikir di atas, menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dianalisis dalam perspektif ekonomi Islam berdasarkan indikator pada masing-masing variabel, yaitu variabel perilaku konsumtif dan penggunaan kartu ATM BSI.

Perilaku konsumtif memiliki pengertian sebagaimana yang dikemukakan Sumartono, merupakan perilaku membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan rasionalitas atau atas dasar kebutuhan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, perilaku konsumtif menegaskan pada aspek kesederhanaan, sifat (halal haramnya) barang yang dikonsumsi, aqidah dan mempertimbangkan *daruriyat*, *hijayat*, serta *tahsiniyat*. Dan penggunaan kartu ATM sendiri memberikan kemudahan bagi Nasabah untuk bisa melakukan transaksi keuangan dimana saja dan kapan saja. Oleh karena itu dengan penggunaan kartu ATM perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif dianalisis berdasarkan perpesktif ekonomi Islam.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara pada rumusan masalah penelitian berupa kalimat pertanyaan. Hal ini disebut bersifat sementara sebab memberikan jawaban yang hanya dilandaskan pada teori yang relevan dan bukan berdasarkan fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Pengujian hipotesis dapat dilihat dari tingkat signifikansi probabilitas (P Value) yang ada, yaitu hasil membandingkan angka r yang lebih besar (\geq) dengan r tabel. Maka dari itu, kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat hubungan yang substansial antara dua variabel tersebut begitupun sebaliknya. Software SPSS 29 dengan konstruksi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) digunakan sebagai alat untuk mengolah data kuesioner.

Berdasarkan pengidentifikasian fenomena dan seperti yang telah dijelaskan diatas mengenai rumusan masalah penelitian teoritis, hipotesis penelitian ini adalah:

Ha : Terdapat pengaruh perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Ho : Tidak ada pengaruh perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang seluruh informasi atau datanya diolah dalam bentuk numerik dengan metode statistik (Azwar, 2012).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif yang memiliki tujuan untuk memahami nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih, tanpa perlu membandingkan atau hubungan dengan variabel lain. Dengan pengertian lain, bahwa penelitian ini hanya ingin meneliti mengenai keadaan variabel itu sendiri tanpa mempertimbangkan variabel lain, seperti penelitian eksperimen atau penelitian korelasi (Sugiyono, 2018).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Makassar, tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan satu dari banyak Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Sulawesi Selatan, tepatnya di Kota Makassar. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian, dikarenakan lokasi ini cukup terjangkau oleh peneliti karena masih berlokasi di kota yang sama dan lokasi ini bertempat di kampus peneliti sendiri yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar guna untuk memperoleh data.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melangsungkan penelitian ini adalah satu bulan pada bulan Agustus 2023. Penelitian ini membutuhkan Waktu yang relevan untuk memperoleh data yang benar atau aktual.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan darimana diperolehnya subjek penelitian. Sumber data primer dan sekunder merupakan sumber data dari penelitian ini.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berupa ucapan atau kalimat, gerakan atau tindakan yang dilakukan subjek yang dapat diandalkan, yang mana subjek penelitian (pemberi informasi) memiliki urgensi dengan variabel yang diteliti (Arikunto, 2012). Dalam penelitian ini, data primer dihimpun dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner digunakan untuk memahami analisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang secara langsung tidak menyerahkan data kepada peneliti yang sedang mengumpulkan data, akan tetapi melalui perantara seperti orang lain atau via dokumen. Dalam penelitian ini sumber data diambil berdasarkan hukum/undang-undang ketenagakerjaan, buku-buku, jurnal dan artikel-artikel yang memiliki hubungan langsung dengan tema penelitian tentang sistem penanganan internal evaluasi dan proses dalam rangka mendukung menyokong efektivitas biaya ketenagakerjaan (Sugiyono,

2018). Data sekunder penelitian merupakan data yang ditemukan dari jurnal terdahulu dan tesis yang masih relevan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan area generalisasi yang mencakup subjek/objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi mencakup semua individu yang menjadi target penelitian. Menurut Hadi (2000), populasi didefinisikan sebagai jumlah orang yang paling sedikit memiliki karakteristik yang sama. Menurut Saifuddin (2017), populasi adalah sekumpulan subjek yang memiliki karakteristik identik dan membedakannya dari kelompok lain. Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, berjumlah 3.011 orang yang diambil dari situs forlap ristek dikti.

2. Sampel

Karakteristik populasi dan keseluruhannya dianggap sebagai sampel (Sugiyono, 2012). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Wildani, 2019).

Penelitian ini berpedomankan pada rumus Slovin dikarenakan jumlah populasi yang banyak, selain itu penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan

tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana (Wildani, 2019).

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/Jumlah responden

N = Ukuran Populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.011 mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.011}{1 + 3.011 (0,1)^2} \\ &= \frac{30.11}{31,11} \\ &= 96,785 = 97 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus slovin di atas, dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang responden.

3. Teknik Sampling

Sampling adalah metode pemilihan sebagian dari populasi yang menggantikan populasi yang sudah ada (Nursalam, 2019). Teknik sampling adalah metode yang digunakan dalam proses pengumpulan sampel, guna mendapatkan sampel yang sangat cocok dengan objek penelitian (Nursalam, 2017).

Dalam penelitian ini, sampel diambil berdasarkan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan salah satu jenis *sampling* probabilitas dimana peneliti memilih suatu sampel dengan sama-sama diberikan peluang kepada seluruh bagian dari populasi atau diberikan sebutan sebagai anggota sampel (Nursalam, 2019). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *insidental sampling*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (Sugiyono, 2011), bahwa *sampling incidental* adalah penentuan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian banyak metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengumpulan data, yang pada prinsipnya mengumpulkan data tentang variabel-variabel yang ditelaah. Metode yang digunakan dalam melangsungkan penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi adalah pemantauan dan penyalinan secara sistematis terhadap faktor-faktor yang terjadi pada suatu indikasi dari suatu subjek penelitian (Widyoko, 2014). Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, yang mencakup banyak metode kompleks yang berbeda, yang mencakup banyak metode biologis serta psikologis yang berbeda (Sugiyono, 2014).

2. Kuesioner

Kuesioner/angket adalah metode pengumpulan data dengan memberikan kepada responden berbagai pertanyaan atau teks untuk ditanggapi, yang dapat diberikan secara langsung, melalui surat, atau melalui internet (Sugiyono, 2008).

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek yang berkaitan dengan suatu subjek berbentuk suatu data yang dihimpun dan mempresentasikan suatu keadaan atau nilai dari setiap subjek penelitian (Tritjahjo, 2019).

Definisi operasional adalah definisi variabel-variabel yang akan dilakukan penelitian terhadapnya untuk menentukan bagaimana variabel tersebut harus diukur.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Perilaku konsumtif (X)	Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi diidentifikasi dengan pertimbangan yang logis atau bukan atas dasar kebutuhan, melainkan karena adanya keinginan yang sudah berada ditaraf yang tidak lagi wajar.	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli produk karena penawaran hadiah/bonus - Membeli barang karena kemasan yang menarik - Membeli barang untuk memenuhi keinginan, bukan kebutuhan - Membeli suatu barang secara tidak terencana atau impulsif - Membeli barang untuk menunjukkan status sosial - Membeli suatu produk karena penawaran khusus 	Likert

		<p>atau potongan harga</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membeli barang karena pengaruh iklan atau promosi - Membeli barang untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu 	
<p>Penggunaan Kartu ATM BSI (Y)</p>	<p>Kartu ATM adalah alat pembayaran berupa kartu yang digunakan untuk menarik uang tunai dan/atau mentransfer dana apabila kewajiban pemegang kartu segera dipenuhi dengan langsung memotong simpanan pemilik kartu pada bank atau instansi non bank, yang memiliki wewenang untuk</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Intensitas Penggunaan - Kegunaan/manfaat penggunaan - Kemudahan - Kepuasan pengguna 	<p>Likert</p>

	menghimpun dana sesuai dengan ketentuan dan hukum yang berlangsung.		
--	---	--	--

G. Metode Analisis Data

Analisis data dapat mendeskripsikan dan memberikan jawaban pada pertanyaan penelitian yang dikemukakan guna diperolehnya jawaban dari rumusan masalah serta menjawab hipotesis yang dikemukakan. Teknik analisis data merupakan aktifitas sesudah mengumpulkan data dari semua responden atau sumber data lainnya (Sugiyono, 2019). Analisis kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini, dimana pernyataannya berupa numerik yang dihitung dengan metode program data statistik. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan penggunaan program komputer SPSS 29 (*Statistical Service and Product Solutions*).

Analisis data deskriptif digunakan untuk memperoleh wawasan tentang nilai-nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2017). Presentasi analisis deskriptif dalam penelitian ini dipersembahkan dalam bentuk tabel frekuensi. Sebagai gambaran sekilas terlihat bagaimana analisis perilaku konsumen dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari sudut pandang ekonomi Islam. Demi memperoleh hasil pencarian yang maksimal maka perlu dilakukan pengecekan yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian suatu angket untuk menelaah apakah angket tersebut valid bagi suatu penelitian untuk mencapai tujuan penelitian

(Priyatno, 2014). Uji validitas dilakukan terhadap responden sebanyak 97 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa tujuan uji reliabilitas adalah untuk menentukan seberapa baik hasil dari diukuranya objek yang sama akan memberikan hasil data yang identik. Alat atau instrumen penelitian yang dianggap memiliki reabilitas yang tinggi dan baik jika mereka terus menerus memberikan hasil yang tidak berbeda setiap kali digunakan, baik dari peneliti yang sama maupun berbeda. Uji reliabilitas ini dilakukan pada 97 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan kartu ATM BSI.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas semuanya berdistribusi normal (Priyatno, 2012).

b. Uji Multikolinearitas

Teori Ghozali (2012), mengemukakan bahwa uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk melakukan pengujian akan model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik tidak akan ada korelasi antar variabel independennya, jika variabel-variabel independen memiliki hubungan maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Uji multikolinearitas dapat terlihat dari VIF (*Variable Inflation Factor*) dan toleransinya. Toleransi pengukuran variabel

independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lain. Oleh karena itu, nilai toleransi yang rendah setara dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{toleransi}$). Nilai ambang batas yang umum difungsikan untuk memberitahukan adanya multikolinearitas adalah nilai toleransi $\geq 0,01$ atau memiliki kesetaraan dengan nilai VIF 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah varians data residual terjadi pada model regresi atau tidak. Model regresi yang dianggap baik adalah model yang menunjukkan indikasi variansi variabel, dimana sebaran residunya tidak merata. Hal ini terlihat pada bercak-bercak yang menyebar dan tidak membentuk pola yang pasti (Sentosa & Ashari, 2005). Salah satu cara untuk menemukan ada atau tidaknya varians suatu variabel adalah dengan cara melakukan pengujian Glejer. Uji Glejer menawarkan regresi nilai absolut dari residu variabel independen. Hasil dari probabilitas dianggap signifikan jika nilainya lebih besar dari tingkat kepercayaan 5%.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimanfaatkan untuk mengungkap kebenaran akan dugaan yang bersifat sementara. Hipotesis pada hakikatnya dipahami sebagai jawaban sementara rumusan masalah pada penelitian (Sugiyono, 2017).

a. Analisis regresi linier sederhana

Regresi linier sederhana adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dan menaksir variabel terikat dengan variabel bebas (Sarwono, 2012).

Metode regresi linier sederhana untuk memahami besarnya pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Metode ini juga dimanfaatkan sebagai prediktor, sehingga dapat dilakukan perkiraan antara baik atau tidaknya variabel X terhadap naik atau turunnya tingkat variabel Y dan sebaliknya (Umar, 2005). Analisis regresi linier dalam penelitian ini meliputi analisis pengaruh konsumtif terhadap penggunaan kartu ATM BSI dari perspektif ekonomi Islam. Rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel tidak bebas atau variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta atau nilai dari Y apabila X = 0

b = Koefisien regresi atau pengaruh positif/negatif.

b. Uji Signifikan Parsial

Uji statistik t dilakukan untuk memahami bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individual). Uji parsial uji t didasarkan pada nilai probabilitas signifikan dengan 5% tingkat signifikansinya. Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Latar Belakang Berdirinya Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar adalah cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang didirikan pada tanggal 19 Juni 1963. Berdirinya perguruan tinggi ini merupakan perwujudan dari hasil musyawarah wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21 yang diadakan di Kabupaten Bantaeng.

Lembaga ini didirikan oleh persatuan Muhammadiyah sebagai organisasi yang bergerak di bidang pendidikan dan pembelajaran dakwah organisasi amar ma'ruf nahi munkar melalui surat nomor: e-6/098/1963 dari Jumadil Akhir 1394 H atau 12 Juli 1963 M. Akta pendirian tersebut kemudian ditandatangani oleh Notaris R. Sinojo Wongsowidjojo berdasarkan Akta Notaris No: 71 tanggal 19 Juni 1963. Sejak tanggal 1 Oktober 1965, Universitas Muhammadiyah Makassar telah terdaftar sebagai Perguruan Tinggi Swasta.

Sebagai Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM), Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar) menjalankan misi dan peran penting bagi agama, Negara dan bangsa, baik di masa saat ini maupun di masa depan. Selain berstatus sebagai salah satu PTM/PTS terhitung besar di Indonesia bagian timur, juga memiliki budaya pendidikan yang mengakar dan diwariskan sebagai amal kasih Muhammadiyah. Namun Muhammadiyah yang terkonsolidasi dengan nama Makassar menjanjikan harapan akan integrasi budaya, ilmu pengetahuan, dan nafas agama.

Diawal berdirinya, Universitas Muhammadiyah Makassar mengembangkan dua Fakultas: Fakultas Keguruan dan Seni Jurusan Bahasa Indonesia, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Jurusan Pendidikan Umum (PU), dan Pendidikan Sosial (PS) yang diketuai oleh rektor Dr. H. Sudan. Kemudian di tahun yang sama yaitu 1963 Universitas Muhammadiyah Makassar telah indenpenden dan dipimpin oleh rektor Drs. H. Abdul Watif Masri.

Sebagai perkembangan selanjutnya, Universitas Muhammadiyah Makassar membuka Fakultas baru pada tahun 1965: Fakultas Ilmu Agama dan Dakwah (FLAD), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Ilmu Politik, Fakultas Kesejahteraan Sosial, dan Akademi Pertanian. Selain itu, Fakultas Teknik didirikan pada tahun 1987, Fakultas Pertanian pada tahun 1994, Program Pascasarjana pada tahun 2002, dan Fakultas Kedokteran pada tahun 2008. Hingga saat ini Universitas Muhammadiyah Makassar mempunyai 8 fakultas 40 program studi serta program pascasarjana.

Pada Tahun 2003, Universitas Muhammadiyah Makassar mengalami masa transisi bersejarah dalam perkembangannya berupa perubahan struktur kepemimpinan akibat perpaduan generasi muda dan generasi tua. Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar dan seluruh civitas akademika termotivasi untuk mempertahankan prestasi para pendahulu dan mengembangkannya ke tingkat yang lebih tinggi, serta berkomitmen untuk:

1. Memelihara kepercayaan masyarakat.
2. Memperoleh keunggulan dalam kompetisi yang semakin ketat.
3. Mewujudkan kemandirian dalam penggarapan dan pengembangan diri.

Berdasarkan ketiga komitmen tersebut diharapkan dapat membantu Universitas Muhammadiyah Makassar untuk menjadi perguruan tinggi Islam tersohor (Wildani, 2019).

2. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Fakultas ekonomi berdiri didasarkan pada Surat Keputusan rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, No: 021 tahun 1978, tanggal 07 ramadhan 1396 H bertepatan pada tanggal 11 Agustus 1978 M, dengan melantik Drs. Ek. H. Wahab sebagai dekan dan Drs. Abd. Azis Sangkala sebagai sekretaris. Sejak itu, Fakultas Ekonomi resmi memulai kegiatan akademiknya dengan jumlah mahasiswa sebanyak 11 orang. Pada tahun 1980 jumlah mahasiswa meningkat menjadi 30 orang. Kemudian berubah nama dari Fakultas Ekonomi menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar ini memiliki 5 program studi yaitu manajemen, akuntansi, ekonomi pembangunan, ekonomi Islam serta D3 perpajakan.

Ketika Fakultas Ekonomi pertama kali didirikan, untuk memperoleh gelar Sarjana Muda, mahasiswa diwajibkan menyelesaikan terlebih dahulu jenjang pendidikan yang dikenal sebagai program Sarjana Muda. Akan tetapi beberapa tahun berikutnya dengan berasaskan kebijakan pemerintah dan telah dikeluarkan izin terdaftar untuk jenjang sarjana Muda, secara otomatis dinaik tingkatkan program Sarjan Muda menjadi Program Strata satu (S1) dengan mengharuskan kelulusan mengikuti ujian Negara.

Pada tahun 1988 dibawah bimbingan Bapak Drs. Ek. H. Wahab Saleh sebagai dekan dengan masa jabata periode ketiga di Fakultas ekonomi,

berakhir pada tahun 1992. Selama periode tersebut, kepemimpinan beliau sebagai Dekan Fakultas Ekonomi tidak begitu berkembang karena keterlibatan beliau dalam organisasi luar kampus, dimana salah satunya beliau aktif sebagai kepala bagian keuangan BPD.

Selanjutnya pada tahun 1992 setelah berakhirnya masa kepemimpinan Bapak Hamma Muhidin sebagai Dekan, kemudian Bapak Drs. Rasyid Abdullah dilantik sebagai dekan untuk keempat kalinya dari tahun 1992 hingga 1996. Pada tahun 1996 dilantiklah Bapak Muh. Amide budi, SE sebagai dekan Fakultas ekonomi kelima dan keenam, yang masa jabatannya berakhir pada tahun 2004 dan selama itu beliau menjabat sebagai dekan selama dua periode. Kemudian pada tahun 2004, Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, MM diangkat sebagai dekan pada tahun 2004 hingga 2005 sebagai dekan ketujuh Fakultas Ekonomi. Selama menjabat, beliau menaikkan peringkat akreditasi Prodi Manajemen menjadi nilai B dari akreditasi nilai C dan juga mengajukan proposal

Selanjutnya pada tahun 2004 diangkatlah Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, MM sebagai Dekan periode ketujuh dari 2004 sampai 2005. Dalam masa jabatannya, beliau meningkatkan peringkat akreditasi Prodi Manajemen dari akreditasi nilai C menjadi akreditasi nilai B dan juga beliau mengajukan proposal untuk diadakannya program strata dua prodi Magister Manajemen.

Pada tahun 2005, setelah berakhirnya masa kepemimpinan Bapak Drs. H. Abd. Rahman Rahim, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, beliau digantikan oleh Hj. Lilly Ibrahim, SE, M.Si dengan masa jabatannya hingga periode kedelapan beliau mendirikan program studi Magister Manajemen (S2) dan meningkatkan peringkat nilai akreditasi prodi akuntansi dari nilai C menjadi B.

Pada tahun 2013, Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, MA dipilih sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Unismuh Makassar. Pada masa kepemimpinannya beliau mengganti nama Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, meningkatkan nilai akreditasi Prodi Manajemen dan IESP dari nilai C menjadi nilai B, hingga melahirkan Prodi Ekonomi Islam dan D3 Perpajakan dan melahirkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang berbasis Syariah.

Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, MM melantik Bapak Ismail Rasulong, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 4 Maret 2017. Dan kini, Bapak Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M.Si dilantik menjadi Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar selanjutnya menggantikan Bapak Ismail Rasulong, SE, MM. yang mana Jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar semakin bertambah setiap tahunnya.

Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar berbasis Islami sehingga prodi yang ada harus memiliki konsentrasi Syariah, seperti perbankan syariah, laboratorium komputer, perpustakaan fakultas, sistem informasi dan lain-lain.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar adalah:

“Menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang Islami, Unggul, Berkemajuan, dan Berkarakter Kewirausahaan di Kawasan Timur Indonesia pada Tahun 2024”.

Visi tersebut Merupakan upaya untuk mewujudkan harapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah (Unismuh) Makassar sebagai salah satu pelaksana kegiatan pendidikan dan pengajaran terbaik di bidang ekonomi dan bisnis terbaik di wilayah timur Indonesia. Oleh karena itu, poin-poin penting yang perlu dicapai adalah:

1) Islami

Tanda-tanda keislaman dapat dijumpai dengan adanya ciri khas Islam dan kemuhammadiyaan melalui pengamalan nilai-nilai praktis Al-Islam dan Kemuhammadiyaan yang bertujuan membentuk akhlakul karimah seluruh civitas akademika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah (Unismuh) Makassar. Adanya konsistensi pengajaran mata kuliah Al-Islam dan Kemuhammadiyaan selama 8 semester lamanya, pengahayatan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyaan dalam beberapa materi perkuliahan, terbudayanya kultur shalat berjamaah dan penghentian sejenak segala aktivitas pada waktu-waktu shalat wajib, pelaksanaan kegiatan tahzinul qira'ah bagi pimpinan dan staf 3 kali dalam seminggu, mengadakan pengajian rutin sebulan sekali, baitul arqam bagi pimpinan, staf, dan dosen setiap semester, menerapkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah sebagai model intelektual dan spiritual bagi mahasiswa, misalnya dalam bentuk kegiatan Gerakan Jamaah Dakwah (GJDJ), merupakan beberapa indikator dari keislaman.

2) Unggul

Sebagai salah satu Fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar, kegiatan operasional pelaksanaan Pendidikan dan pengajaran selalu ditujukan untuk memberi dukungan cita-cita mulia pendidikan nasional juga misi persyerikatan Muhammadiyah. Predikat unggul akan diperoleh melalui perbaikan terus-menerus dalam input sumber daya, konsistensi dalam meningkatkan tata kelola, dan menghasilkan luaran yang memenuhi kebutuhan dunia usaha, masyarakat, dan Negara.

3) Berkemajuan

Visi berkemajuan memiliki tujuan untuk mencapai keberhasilan ideal dalam mengelola kegiatan catur dharma di perguruan tinggi secara konsisten dan berkesinambungan. Dalam hal ini, Al-Islam dan Kemuhammadiyah tidak hanya mengalami kemajuan namun juga menunjukkan *trend* perbaikan yang terus menerus dan meningkat guna memenuhi harapan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*).

4) Berkarakter Kewirausahaan

Visi berkarakter kewirausahaan memiliki pengertian adanya upaya terpadu untuk memanfaatkan seluruh sumber daya dalam mengelola kegiatan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan loyalitas pada masyarakat, untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten di bidang ilmu masing-masing tetapi juga memiliki karakter yang mandiri, kreatif, disiplin, senang tantangan, inovatif, berdaya saing, dan tidak hanya siap menjadi pencari kerja tetapi juga siap dan bisa menjadi pencipta lapangan kerja.

b. Misi

Sesuai dengan visi sebelumnya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengemban beberapa misi berikut ini:

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran demi melahirkan lulusan yang berkemampuan professional, berdaya siang tinggi serta mempunyai jiwa wirausaha yang memenuhi kebutuhan pasar kerja.
- 2) Mengadakan penelitian yang kreatif serta inovatif, terpublikasi dan secara nasional dan internasional memperoleh pengakuan.
- 3) Mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi secara luas untuk memberdayakan masyarakat dan memberikan kontribusi praktis bagi pembangunan nasional.
- 4) Mengadakan pendidikan yang berlandaskan dengan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

c. Tujuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis menetapkan tujuan sebagai berikut:

- 1) Melahirkan lulusan yang beriman dan bertakwa, berakhlakul karimah, berkamampuan unggul pada bidang ekonomi dan bisnis, lulusan tepat waktu dengan IP tertinggi, dan memiliki jiwa *entrepreneurship*.
- 2) Meningkatnya jumlah dan kualitas temuan penelitian dan aktifitas pengabdian pada masyarakat yang diwujudkan oleh semua dosen.
- 3) Memanifestasikan karya ilmiah yang terpublikasi pada jurnal dengan reputasi nasional dan internasional, memiliki hak kekayaan bak cendekiawan, lewat kegiatan penelitian dan peningkatan ilmu

pengetahuan yang kreatif serta inovatif di bidang ekonomi dan bisnis.

- 4) Menciptakan kerjasama strategis dengan berbagai pihak untuk pengaplikasian ilmu pengetahuan dan teknologi berlandas pemberdayaan sosial dan kewirausahaan sosial demi kebutuhan pembangunan nasional.
- 5) Menguatkan terciptanya kultur integritas civitas akademik yang berkarakter dan berasakan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah (Wildani, 2019).

4. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia (BSI)

1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, menandai dimulainya sejarah penggabungan 3 (tiga) Bank Syariah yakni Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, serta BRI Syariah menjadi 1 kesatuan baru yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank ini akan mengungkapkan keunggulan dari ketiga bank syariah yang akan digabungkan, sehingga memberikan layanan yang lebih komprehensif, berjangkauan luas dan berkapasitas permodalan yang lebih baik.

Pengumuman resmi melalui surat yang dikeluarkan oleh OJK. Perilisan surat dengan Nomor SR-3/PM.1/2021 tentang perizin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri Tbk dan PT Bank BNI Syariah dengan izin usaha PT Bank BRI Syariah menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (kemudian disebut BSI) sebagai bank hasil merger. Aliansi tiga bank tersebut memperoleh total aset Rp214 triliun rupiah dengan sokongan 1.200 cabang, jaringan 1.700 mesin ATM, dan 20.000 karyawan (Pertiwi, 2021).

5. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Visi

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talentas terbaik Indonesia



B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket/kuesioner oleh peneliti langsung kepada responden yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan Kartu ATM BSI.

Hasil Kuesioner yang dibagikan adalah 97 responden dengan menggunakan skala likert 1-5. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel bebas dan penggunaan kartu ATM BSI sebagai variabel terikat.

Tabel 4. 1 Pengukuran Skala Likert

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

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Karakteristik ini untuk melihat responden memiliki *background* seperti apa, yang dalam penelitian ini latar belakang responden difokuskan pada program studi dan jenis kelamin. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini.

a. Penyajian Data Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh data tentang program studi responden yang dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Program Studi

		Program Studi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manajemen	17	17.5	17.5	17.5
	Akuntansi	29	29.9	29.9	47.4
	Ekonomi Pembangunan	8	8.2	8.2	55.7
	Ekonomi Islam	34	35.1	35.1	90.7
	Perpajakan	9	9.3	9.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan olah data pada tabel 4.2 persentase terbesar program studi responden adalah prodi Ekonomi Islam dengan responden sebanyak 34 orang yaitu 35,1%, prodi Akuntansi sebanyak 29 orang atau 29,9%, prodi Manajemen sebanyak 17 orang atau 17,5%, D3 Perpajakan sebanyak 9 orang atau 9,3% dan persentase paling sedikit adalah prodi Ekonomi Pembangunan dengan responden hanya 8 orang atau 8,2%. Hasil olah data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan kartu ATM BSI adalah dari prodi ekonomi Islam.

b. Penyajian Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini akan memberikan gambaran secara umum mengenai keadaan responden ditinjau dari jenis kelamin untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	21.6	21.6	21.6
	Perempuan	76	78.4	78.4	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 21,6% atau sebanyak 21 responden dan yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 78,4% atau sebanyak 76 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan. Jenis kelamin dapat menjadi faktor penting dalam penelitian karena dapat menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menunjukkan perilaku konsumtif.

c. Penyajian data berdasarkan Tunjangan/Uang saku Perbulan

Berikut gambar mengenai responden ditinjau dari tunjangan/uang saku perbulan.

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tunjangan/Uang saku Perbulan

		Tunjangan/Uang Saku Perbulan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>Rp.500.000	5	5.2	5.2	5.2
	Rp.500.000 - Rp.1.000.000	23	23.7	23.7	28.9
	Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000	42	43.3	43.3	72.2
	Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000	18	18.6	18.6	90.7
	Rp.2.000.000 - Rp2.500.000	9	9.3	9.3	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat diketahui bahwa 5 responden atau 5,2% mempunyai tunjangan/uang saku >Rp.500.000 perbulan, 23 responden atau

23,7% mempunyai tunjangan/uang saku Rp.500.000-Rp.1.000.000 perbulan, 42 responden atau 43,3% mempunyai tunjangan/uang saku Rp.1.000.000-Rp.1.500.000 perbulan, 18 responden atau 18,6% mempunyai tunjangan/uang saku sebesar Rp1.500.000-Rp2.000.000 perbulan dan 9 responden atau 9,3% mempunyai tunjangan/uang saku sebesar Rp.2.000.000-Rp.2.500.000 perbulan.

2. Deskripsi Variabel

a. Perilaku Konsumtif

Berikut ini model pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian:

- 1) Saya sering membeli barang karena iming-iming hadiah/bonus (B1G1)
- 2) Saya cenderung membeli produk yang memiliki kemasan unik/menarik
- 3) Saya cenderung membeli barang mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri
- 4) Saat membeli produk saya cenderung lebih mempertimbangkan merk daripada manfaatnya
- 5) Saya sering membeli produk karena ada potongan harga/diskon
- 6) Saya cenderung membeli produk karena bintang iklannya tokoh yang saya kagumi
- 7) Saya sering membeli barang karena ingin terlihat trendi dan tidak ketinggalan zaman
- 8) Saya cenderung melakukan pembelian tidak terencana dan berlebih-lebihan

Tabel 4. 5 Responden Terhadap Perilaku Konsumtif

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X.1	17	17,5	21	21,6	33	34,0	17	17,5	9	9,3	97	100
X.2	7	7,2	11	11,3	28	28,9	35	36,1	16	16,5	97	100
X.3	24	24,7	16	16,5	34	35,1	14	14,4	9	9,3	97	100
X.4	34	35,1	28	28,9	20	20,6	9	9,3	6	6,2	97	100
X.5	1	1,0	4	4,1	30	30,9	29	29,9	33	34,0	97	100
X.6	22	22,7	22	22,7	34	35,1	12	12,4	7	7,2	97	100
X.7	20	20,6	22	22,7	35	36,1	14	14,4	6	6,2	97	100
X.8	18	18,6	19	19,6	29	29,9	23	23,7	8	8,2	97	100

Sumber: Hasil Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan variabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk item pernyataan X1 menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 34,0 % (Netral), frekuensi 21% (Tidak Setuju), kemudian frekuensi 17,5% untuk (Sangat Tidak Setuju dan Setuju) serta frekuensi terendah adalah 9,3% untuk (Sangat Setuju).
- 2) Untuk item pernyataan X2 menampilkan frekuensi tertinggi sebesar 36,1% (Setuju), frekuensi 28,9% (Netral), kemudian frekuensi 16,5% (Sangat Setuju), frekuensi 11,3% (Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 7,2% (Sangat Tidak Setuju).
- 3) Untuk item pernyataan X3 menampilkan frekuensi tertinggi sebesar 35,1% (Netral), frekuensi 24,7% untuk (Sangat Tidak Setuju), frekuensi 16,5% (Tidak Setuju), frekuensi 14,4% (Setuju) dan frekuensi terendah 9,3% (Sangat Setuju).

- 4) Untuk item pernyataan X4 memperlihatkan frekuensi tertinggi sebesar 35,1% (Sangat Tidak Setuju), frekuensi 28,9% (Tidak Setuju), kemudian frekuensi 20,6% untuk (Netral), frekuensi 9,3% (Setuju) serta frekuensi terendah sebesar 6,2% (Sangat Setuju).
- 5) Untuk item pernyataan X5 menampakkan frekuensi tertinggi sebesar 34,0% (Sangat Setuju), frekuensi 30,9% (Netral), frekuensi 29,9% (Setuju), kemudian frekuensi 4,1% untuk (Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 1,0% (Sangat Tidak Setuju).
- 6) Untuk item pernyataan X6 menandakan frekuensi tertinggi sebesar 35,1% (Netral), frekuensi 22,7% untuk (Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju), frekuensi 12,4% (Setuju), kemudian frekuensi terendah yaitu 7,2% (Sangat Setuju).
- 7) Untuk item pernyataan X7 menandakan frekuensi tertinggi sebesar 36,1% (Netral), frekuensi 22,7% (Tidak Setuju), frekuensi 20,6% (Sangat Tidak Setuju), kemudian frekuensi 14,4% untuk (Setuju) dan frekuensi terendah adalah 6,2% (Sangat Setuju).
- 8) Untuk item pernyataan X8 memperlihatkan frekuensi tertinggi sebesar 29,9% (Netral), frekuensi 23,7% (Setuju), frekuensi 19,6% (Tidak Setuju), kemudian frekuensi 18,6% (Sangat Tidak Setuju) dan frekuensi terendah yaitu 8,2% (Sangat Setuju).

b. Penggunaan Kartu ATM BSI

Adapun bentuk pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian terkait dengan penggunaan kartu ATM BSI adaah sebagai berikut:

- 1) Dalam sebulan saya sering menggunakan kartu ATM BSI dalam bertransaksi

- 2) Saya sering menggunakan kartu ATM BSI dalam kehidupan sehari-hari karena tidak perlu lagi membawa uang tunai
- 3) Dengan kartu ATM BSI saya dapat melakukan pembayaran listrik, air, telepon maupun pembelian online
- 4) Dengan kartu ATM BSI saya dapat melakukan transfer antar rekening bank yang sama atau bank lain dengan jaringan yang sama
- 5) Dengan kartu ATM BSI proses transaksi pembayaran yang saya lakukan menjadi lebih cepat dan efisien
- 6) Penggunaan kartu ATM BSI memudahkan saya melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja
- 7) Saya merasa puas dengan layanan kartu ATM BSI karena kebutuhan transaksi saya dapat terpenuhi
- 8) Saya merasa puas dengan penggunaan kartu ATM BSI secara keseluruhan karena sudah sesuai dengan harapan saya

Tabel 4. 6 Responden Terhadap Penggunaan Kartu ATM BSI

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	10	10,3	11	11,3	32	33,0	24	24,7	20	20,6	97	100
Y.2	12	12,4	15	15,5	37	38,1	17	17,5	16	16,5	97	100
Y.3	6	6,2	9	9,3	27	27,8	25	25,8	30	30,9	97	100
Y.4	6	6,2	3	3,1	17	17,5	35	36,1	36	37,1	97	100
Y.5	5	5,2	2	2,1	19	19,6	33	34,0	38	39,2	97	100
Y.6	4	4,1	4	4,1	20	20,6	32	33,0	37	38,1	97	100
Y.7	4	4,1	3	3,1	24	24,7	36	37,1	30	30,9	97	100
Y.8	6	6,2	3	3,1	24	24,7	32	33,0	32	33,0	97	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan variabel diatas dapat diketahui variabel penggunaan kartu ATM BSI adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk item pernyataan Y1 menampakkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 33,0% (Netral), frekuensi 24,7% (Setuju), frekuensi 20,6% (Sangat Setuju), frekuensi 11,3% (Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 10,3% (Sangat Tidak Setuju).
- 2) Untuk item pernyataan Y2 memperlihatkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 38,1% (Netral), frekuensi 17,5% (Setuju), frekuensi 16,5% (Sangat Setuju), frekuensi 15,5% (Tidak Setuju) dan frekuensi terendah yaitu 12,4% (Sangat Tidak Setuju).
- 3) Untuk item pernyataan Y3 menandakan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 30,9% (Sangat Setuju), frekuensi 27,8% (Netral), frekuensi 25,8% (Setuju), kemudian frekuensi 9,3% (Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 6,2% (Sangat Tidak Setuju).
- 4) Untuk item pernyataan Y4 menampakkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 37,1% (Sangat Setuju), frekuensi 36,1% (Setuju), frekuensi 17,5% (Netral), kemudian frekuensi 6,2% (Sangat Tidak Setuju) dan frekuensi terendah 3,1% (Tidak Setuju).
- 5) Untuk item pernyataan Y5 memperlihatkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 39,2% (Sangat Setuju), frekuensi 34,0% (Setuju), frekuensi 19,6% (Netral) kemudian frekuensi 5,2% (Sangat Tidak Setuju) dan frekuensi terendah yaitu 2,1% (Tidak Setuju).
- 6) Untuk item pernyataan Y6 menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 38,1% (Sangat Setuju), frekuensi 33,0% (Setuju),

frekuensi 20,6% (Netral) dan frekuensi terendah adalah 4,1% untuk (Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju).

- 7) Untuk item pernyataan Y7 menandakan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 37,1% (Setuju), frekuensi 30,9% (Sangat Setuju), frekuensi 24,7% (Netral), kemudian frekuensi 4,1% untuk (Sangat Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 3,1% (Tidak Setuju).
- 8) Untuk item pernyataan Y1 menampakkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 33,0% untuk (Setuju dan Sangat Setuju), frekuensi 24,7% (Netral), kemudian frekuensi 6,2% (Sangat Tidak Setuju) dan frekuensi terendah adalah 3,1% (Tidak Setuju).

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner itu sendiri mampu untuk mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti. Tujuan validitas ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan pada peneliti.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 29 dan dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan kartu ATM BSI sebanyak 97 responden. Kuesioner terdiri dari 16 butir pernyataan yang menyangkut variabel bebas perilaku konsumtif dan variabel terikat penggunaan kartu ATM BSI. Berikut adalah tabel uji validitas.

Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Uji Validitas

No	Variabel	(X) Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Variabel X	X1	0,741	0,199	Valid
		X2	0,607	0,199	Valid
		X3	0,746	0,199	Valid
		X4	0,793	0,199	Valid
		X5	0,469	0,199	Valid
		X6	0,729	0,199	Valid
		X7	0,811	0,199	Valid
		X8	0,721	0,199	Valid
2	Variabel Y	Y1	0,700	0,199	Valid
		Y2	0,761	0,199	Valid
		Y3	0,852	0,199	Valid
		Y4	0,897	0,199	Valid
		Y5	0,850	0,199	Valid
		Y6	0,873	0,199	Valid
		Y7	0,885	0,199	Valid
		Y8	0,852	0,199	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 berkaitan dengan pengujian hasil uji validitas pada seluruh indikator pernyataan yang ada di dalam kuesioner sebagai pengukuran terhadap variabel Y diperoleh hasil untuk keseluruhan nilai r (hitung) lebih besar daripada nilai r (tabel) dengan standar signifikansi yakni 0,05 (0,199) terkait hasil ini maka seluruh item pernyataan dalam kuesioner mempunyai hubungan atau korelasi dan signifikansi. Taraf nyata alpha yang dimanfaatkan pada penilaian ini yaitu 0,05 atau (5%) karena data yang dipakai adalah data hasil observasi di lapangan yang dimana tingkat akurasiya bagus tetapi tidak terlalu ketat dan tidak bersifat sensitif.

b. Uji Reabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data memberikan hasil yang relatif konsisten bila dilakukan pengukuran

ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reabilitas adalah untuk mengetahui sejauhmana alat ukur atau kuesioner tersebut.

Uji reabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS, uji signifikansi dilakukan dengan taraf 0,05 artinya instrumen dapat dikatakan reliable bila nilai *alpha* lebih besar dari r kritis *product moment* atau kita bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,06. Apabila koefisien croncach's *alpha* ≥ 7 maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliable (Sugiyono, 2019).

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Uji Reabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1	Variabel X	8	0,857	0,06	Reliebel
2	Variabel Y	8	0,935	0,06	Reliebel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.8 maka ditemukan hasil bahwa seluruh dari indikator pernyataan yang ada dalam kuesioner memenuhi standar konsistensi dan reliebel sebab keseluruhan pernyataan mempunyai nilai $\geq 0,06$ sebagai standar niali reliebel dalam suatu kuesioner atau angket penelitian.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Jika distribusi data diperoleh normal (lebih dari nilai probabilitas 0,05) maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik *parametric*. Pengujian normalitas dengan metode grafik normal *probability plots* berikut:

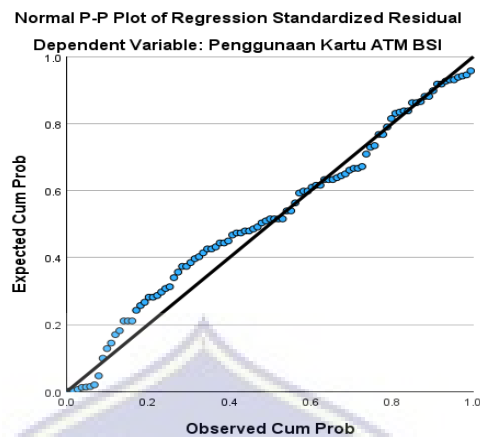
- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. 9 Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	97
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	
<i>Mean</i>	.0000000
<i>Std. Deviation</i>	7.34547009
<i>Most Extreme Differences</i>	
<i>Absolute</i>	.095
<i>Positive</i>	.059
<i>Negative</i>	-.095
<i>Test Statistic</i>	.095
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.032
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	.030
<i>Sig.</i>	.030
<i>99% Confidence Interval</i>	
<i>Lower Bound</i>	.025
<i>Upper Bound</i>	.034
<i>a. Test distribution is Normal</i>	
<i>b. Calculated from data</i>	
<i>c. Lilliefors Significance Correction</i>	
<i>d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000</i>	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Dari Hasil tabel terlihat bahwa uji Kolmogorof Smirnov didapatkan nilai uji normalitas sebesar 0,032 dimana nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai standar yakni 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas terdistribusi normal.

Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 4.2 uji normalitas p-plot diatas dapat dilihat titik penyebarannya berada disekitar garis diagonal dan menyebar mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan memiliki pola distribusi yang normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk melakukan pengukuran melalui besaran koefisien korelasi (r) terhadap tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih besar dari nilai 0,10 atau nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Berikut data dari hasil multikolinearitas:

Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	<i>Collinearity Statistic</i>	
	Tolerance	VIF
Perilaku Konsumtif	1,000	1,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel uji multikolinearitas, nilai variabel bebas tolerance lebih besar dari 0,10

yaitu 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji multikolinearitas ini bebas dari multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Ada beberapa mode statistik yang dapat digunakan untuk uji heteroskedastisitas, seperti halnya uji gleser. Dalam penelitian ini, peneliti dalam menguji terjadi heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan menggunakan uji glesjer. Pada uji heteroskedastisitas dengan uji glesjer ini, apabila nilai signifikan dan seluruh variabel penjelas tidak ada yang signifikan secara statistik lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikannya secara statistik lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.280	1,843		3.950	<.001
Perilaku Konsumtif	-.082	.077	-.108	-1,062	.291

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai signifikans dari variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 0,291. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, hal ini dikarenakan variabel perilaku konsumtif tidak signifikan atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Berikut tabel analisis regresi linier sederhana:

Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linier Sederhana

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.262	1	205.262	3.765	.055 ^b
	Residual	5179.769	95	54.524		
	Total	5385.031	96			

a. Dependent Variable: Penggunaan Kartu ATM BSI

b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Dari tabel 4.12 dapat terlihat nilai F hitung adalah 3,765 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,055 \geq 0,05$, maka model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel perilaku konsumtif atau dengan istilah lain variabel perilaku konsumtif (X) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel penggunaan kartu ATM BSI (Y).

Tabel 4. 13 Model Summary Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.195 ^a	.038	.028	7.38403

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Dari hasil tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,195, maka dari hasil tersebut

diperoleh koefisien determinasi atau (R Square) sebesar 0,038. Yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (perilaku konsumtif) terhadap variabel terikat (penggunaan kartu ATM BSI) adalah sebesar 3,8%, sisanya 96,2% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Seperti religiusitas, gaya hidup, minat beli, maupun literasi keuangan.

2) Uji Signifikan Parsial Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Uji ini dapat diaplikasikan dengan melakukan perbandingan T hitung dengan T tabel atau melihat pada kolom signifikan pada masing-masing T hitung. Hasil uji T dapat terlihat pada tabel koefisien pada kolom sig (signifikan). Apabila probabilitas nilai t atau signifikansi $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh secara parsial.

Tabel 4. 14 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	24.599	2.750		8.946	<.001
Perilaku Konsumtif	.222	.115	.195	1.940	.055

a. Dependent Variable: Penggunaan Kartu ATM BSI

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, maka dapat dilihat hasil uji signifikansi, uji simultan yakni uji signifikan variabel perilaku konsumtif (X) terhadap variabel penggunaan kartu ATM BSi (Y), memperoleh hasil pvalue = 0,055 lebih besar dari nilai standar probabilitas yakni $\geq 0,05$,

sedangkan nilai t hitung =1,940 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai t tabel yakni sebesar 1,986. Dari hasil tersebut maka diperoleh hasil variabel perilaku konsumtif (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu ATM BSI.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Pada pembahasan kali ini peneliti membahas terlebih dahulu variabel penelitian yang dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Makassar tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan kartu ATM BSI.

Penelitian ini berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam” memiliki dua variabel yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel (X) dan penggunaan kartu ATM BSI sebagai variabel (Y). Berdasarkan rumusan masalah bagaimana analisis perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku dalam membeli suatu barang atau jasa yang tidak didasari lagi dengan pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan semata. Perilaku konsumtif juga didefinisikan oleh Grinder (1978) yaitu tentang pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan semata.

Definisi lain perilaku konsumtif menurut Mowen dan Minor (2002) adalah perilaku yang tidak memiliki pertimbangan rasional, melainkan dengan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau perasaan emosional. Sedangkan menurut Ancok (1995) menjelaskan bahwa perilaku

konsumtif ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang yang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.

Perilaku konsumtif juga dibahas dalam Al-quran salah satunya ada di QS.

Al-A'raf/17: 27 berikut ini:

إِنَّ الْمُبَدِّرَ بَيْنَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْءِ طَيِّبَتُوكَانَ الشَّيْطَانِ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra/17: 27)

Berdasarkan tafsir ayat diatas Allah mencela perbuatan membelanjakan harta secara boros. Orang-orang pemboros dalam ayat ini adalah mereka yang mengahambur-hampurkan harta bendanya dalam perbuatan maksiat yang tentunya diluar perintah Allah SWT.

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Setiaji (1995) mengatakan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku berlebihan seseorang dalam melakukan pembelian banyak barang atau segala sesuatu dengan tidak terduga. Akibatnya, mereka mengeluarkan uang secara tidak wajar dan tidak logis hanya demi memperoleh suatu barang yang mereka yakini memiliki keistimewaan.

Allen H. Lipis mendefinisikan ATM sebagai alat kasir otomatis tanpa awak, yang terletak di sekitar atau di luar halaman bank, yang mampu mengeluarkan uang tunai dan memproses transaksi perbankan rutin. Automatic Teller Machine (ATM) merupakan mesin kasir otomatis non orang, yang mampu mengeluarkan uang tunai dan memberikan pelayanan berbagai transaksi perbankan rutin yang umumnya berlokasi di sekitar atau di luar pelataran bank. *Automatic teller machine* (ATM) merupakan *E-Banking* yang paling dikenal, dalam bahasa Indonesia

disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri. Fitur dasar ATM adalah untuk melakukan pengecekan saldo dan penarikan uang secara tunai (Vyctoria, 2013).

Menurut Bank Indonesia (2015) dalam pernyataannya, kartu ATM adalah APMK yang penggunaannya untuk bertransaksi tarik tunai serta transfer dana. Pengurangan simpanan secara kontan pemilik kartu pada bank atau instansi non bank lainnya yang memiliki hak menghimpun dana sesuai dengan undang-undang, menjadi keharusan bagi pemilik kartu yang sewaktu-waktu akan dikabulkan (Arthesa & Handiman, 2009).

Pembahasan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat melakukan analisa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan kartu ATM BSI. Hasil perhitungan melalui analisis data menunjukkan tidak terdapatnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Dari hasil uraian di atas maka disajikan dalam pembahasan berikut.

Pada penelitian ini, menunjukkan prodi responden dengan persentase tertinggi adalah prodi Ekonomi Islam sebanyak 34 orang dengan persentase 35,1%, prodi Akuntansi sebanyak 29 orang dengan persentase 29,9%, prodi Manajemen sebanyak 17 orang atau 17,5%, D3 Perpajakan sebanyak 9 orang atau 9,3% dan prodi Ekonomi Pembangunan sebanyak 8 orang atau 8,2%.

Berikutnya jenis kelamin merupakan faktor pendukung dalam penelitian ini, responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 21,6% atau sebanyak 21 responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 78,4% atau 76 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian berjenis kelamin perempuan sebagai proporsi dominan dibanding laki-laki. Jenis kelamin dapat menjadi faktor penting dalam penelitian karena dapat melihat perilaku konsumtif dapat lebih dijumpai pada kalangan perempuan.

Tunjangan/uang saku mahasiswa dapat menjadi faktor pendukung dalam penelitian, 5 responden atau 5,2% mempunyai tunjangan/uang saku >Rp.500.000 perbulan, 23 responden atau 23,7% mempunyai tunjangan/uang saku Rp.500.000-Rp.1.000.000 perbulan, 42 responden atau 43,3% mempunyai tunjangan/uang saku Rp.1.000.000-Rp.1.500.000 perbulan, 18 responden atau 18,6% mempunyai tunjangan/uang saku sebesar Rp1.500.000-Rp2.000.000 perbulan dan 9 responden atau 9,3% mempunyai tunjangan/uang saku sebesar Rp.2.000.000-Rp.2.500.000 perbulan. Hal ini dapat menjadi faktor pendukung karena dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Selanjutnya hasil analisis penelitian uji validitas dan reabilitas menandakan bahwa semua indikator pernyataan yang terdapat dalam kuesioner sebagai pengukuran terhadap variabel Y memiliki perolehan hasil untuk keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dengan standar signifikan 5% (0,199) hasil ini membuktikan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian mempunyai korelasi atau hubungan yang signifikan. Begitupula pada uji reabilitas memiliki perolehan hasil bahwa keseluruhan dari indikator pernyataan yang terdapat dalam kuesioner memenuhi standar dan konsistensi yang handal (reliable) sebab keseluruhan dari pernyataan memiliki nilai $\geq 0,06$ sebagai standar nilai reliable dalam suatu kuesioner atau angket penelitian.

Berdasarkan uji normalitas didapati bahwa uji *Kolmogrov Smirnov* memperoleh nilai uji normalitas sebesar 0,32 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai standar 0,05 sehingga dapat dinilai bahwa uji normalitas memiliki distribusi yang normal. Pada uji normalitas P-Plot juga nampak serupa dengan pembuktian bahwa titik menyebar di area garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa pola distribusinya normal.

Pada hasil uji multikolinearitas perolehan hasil perhitungan yang ada pada tabel uji multikolinearitas, nilai variabel bebas *tolerance* dan nilai VIF yang mana angka VIF lebih kecil dari 10,00 yakni 1,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,01 yakni 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji multikolinearitas ini bebas dari multikolinearitas. Dan berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 0,291. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, hal ini dikarenakan dari variabel perilaku konsumtif tidak signifikan, atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Adapun hasil uji regresi linier sederhana maka diperoleh nilai korelasi atau hubungan yaitu (R) sebesar 0,195, maka dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi atau (R Square) sebesar 0,038. Yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (perilaku konsumtif) terhadap variabel terikat (penggunaan kartu ATM BSI) adalah sebesar 3,8%, sisanya 96,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti religiusitas, gaya hidup, minat beli dan literasi keuangan.

Kemudian pada uji simultan (T) yakni uji signifikan variabel perilaku konsumtif (X) terhadap variabel penggunaan kartu ATM BSI (Y), diperoleh nilai *p*-value yaitu 0,055 dan lebih besar dari nilai standar probabilitas yakni $\geq 0,05$ sedangkan nilai hitung 1,940 lebih kecil dari nilai *t* tabel yakni 1,986. Dari hasil tersebut maka diperoleh hasil, variabel perilaku konsumtif (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan kartu ATM BSI (Y).

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh pada penggunaan kartu ATM BSI. Tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan beberapa faktor diantaranya, mahasiswa menggunakan

kartu ATM BSI hanya sebatas sebagai alat untuk mempermudah transaksi keuangan serta efisien terhadap penggunaannya. Hal ini dibuktikan dengan capaian frekuensi tertinggi pada item pernyataan Y4 dengan frekuensi 37,1% (Sangat Setuju) dan pernyataan Y.6 dengan frekuensi 36,1% (Setuju). Yang mana mahasiswa menganggap penggunaan kartu ATM hanya sebatas kebutuhan transaksi seperti transfer, penarikan dan pengecekan saldo.

Selain daripada itu faktor lainnya dapat dilihat berdasarkan tunjangan/uang saku responden yang relatif rendah, sehingga mengakibatkan perilaku konsumtif mahasiswa terbatas. Menurut Mondigliani dalam Mankiw (2006) menyatakan bahwa konsumsi seseorang dapat dipengaruhi oleh kekayaan atau besarnya pendapatan yang diperoleh.

Faktor berikutnya yaitu mahasiswa dapat dikatakan berperilaku konsumtif dalam batas wajar, hal ini dapat dibuktikan dengan frekuensi dari item pernyataan pada variabel perilaku konsumtif yang mana responden menunjukkan konsistensi memilih (Netral). Hal tersebut sudah sejalan dengan perilaku konsumtif dalam Islam yang mana dalam A. Rasyid (2019) Islam menganjurkan agar kiranya manusia dapat bertindak di antara rata-rata (*modernity*) dan kesederhanaan (*simplicity*). Pengeluaran yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dan realisasinya secara wajar merupakan pengeluaran yang dianjurkan dalam Islam. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam Q.S Al-A'raf/7:31 berikut:

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya:

“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf/7: 31)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Bisyrani (Pasca Sarjana IAIN Parepare, 2020) dengan judul Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Minat Beli terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Parepare. Menyatakan bahwa variabel transaksi *cashless* penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi atau nilai $p < 0,05$ (sig. T = 0,276 > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara transaksi *cashless* dan perilaku konsumtif.

Sama halnya juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yulianti, M. Arif Kuniawan, dan Pramoto Cahyo Kurniawan (IAIN Pekalongan, 2022) dengan judul penelitian Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan bahwasanya perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan perbankan syariah (dari 5 narasumber) yang diwawancarai termasuk perilaku konsumtif dalam batas wajar, artinya bukan sebagai perilaku yang berlebihan tetapi konsumtif sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif Ekonomi Islam. Yang mana mahasiswa dalam membeli barang melihat dari segi manfaatnya bukan dari merk, hidup hemat, tidak suka menghambur-hamburkan uang, suka menabung, dan lebih suka hidup sederhana dan tidak menonjolkan status atau kelas mereka.

Penelitian lain yang juga memiliki persamaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Hisbullah Basri dan Agung Anggoro Seto (Dosen Universitas Tridinanti, 2014) dengan judul Pengaruh Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Di Kota Palembang. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel pengaruh alat pembayaran menggunakan kartu berbentuk Kartu ATM terhadap pola konsumsi

masyarakat di Kota Palembang, tidak terdapat adanya pengaruh yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan fungsi dasar kartu ATM dianggap masyarakat di Kota Palembang hanya berfungsi sebagai alat yang mempermudah transaksi keuangan dan informasi perbankan seperti Penarikan tabungan dan pengecekan saldo tetapi tidak dominan digunakan sebagai alat pembayaran. Faktor lainnya dilihat berdasarkan sumbernya, kartu ATM bukanlah termasuk sumber pendapatan bagi masyarakat dimana saldo pada kartu ATM umunya terbatas, sehingga tentunya menjadi kendala bagi pemilik kartu ketika akan melakukan konsumsi dengan menggunakan kartu ATM.

Namun penelitian ini juga memiliki perbedaan atau tidak sejalan dengan penelitian terdahulu seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadani (Universitas Negeri Malang, 2016) dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang elektronik (*E-Money*) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa). Penelitian tersebut memperoleh kesimpulan bahwa antara penggunaan kartu debit terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014 terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini terjadi karena penggunaan kartu debit yang kian tinggi akan meningkatkan pula pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan karena secara psikologis seorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwarni (IAIN Palangka Raya, 2016) dengan judul Pengaruh fasilitas Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya juga memilih perbedaan dengan penelitian ini dan menyatakan bahwa fasilitas kartu anjungan tunai mandiri (ATM) terdapat pengaruh signifikan terhadap perilaku

konsumtif berdasarkan nilai sig. sebesar 0,000. Dengan tingkat hubungan “kuat” berdasarkan hasil koefisien korelasi product moment sebesar 0,659 dan kontribusi variabel fasilitas kartu anjungan tunai mandiri (ATM) mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 43,4% dan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status dan membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdiana Kholida (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021) dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Kredit/Debet sebagai Alat Pembayaran Non Tunai terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank BRI Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Menyatakan bahwa penggunaan kartu kredit/debet berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat diartikan bahwa Nasabah bank BRI Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo cenderung bersifat konsumtif dan lebih memilih sesuatu yang efisien untuk melakukan segala kegiatan konsumtif sehingga mereka menggunakan alat pembayaran non tunai berupa kartu kredit/debet sebagai alat pembayaran saat bertransaksi.

Selanjutnya penelitian dengan judul Pola dan Perilaku Konsumsi Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Makassar yang dilakukan oleh Tuti Supatminingsi (UIN Alauddin Makassar, 2018), yang juga memiliki perbedaan selain dari metode penelitian yang dilakukan juga dengan hasil penelitiannya. Menyatakan bahwa pola konsumsi rumah tangga Keluarga di Kota Makassar, pengeluaran untuk non makanan terdominasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran non makanan lebih besar bila dibandingkan dengan pengeluaran

makanan. Pendapatan rumah tangga, pendidikan kepala rumah tangga, Jumlah anggota Keluarga, Jumlah anggota Keluarga bekerja, tabungan rumah tangga, kredit rumah tangga, secara simultan status pekerjaan kepala rumah tangga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga di Kota Masyarakat.

Penelitian terdahulu yang juga tidak sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Selisa Nur Leoni, Wahid Wachyu Adi Winarto dan Muhammad Sultan Mubarak (IAIN Pekalongan, 2022), dengan judul Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM Ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwasanya perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan belum sepenuhnya sesuai dengan perilaku konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam. Yang mana konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa cenderung menunjukkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini adalah tindakan membeli barang yang kurang diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Kemudian penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Perspektif Ekonomi Islam, yang dilakukan oleh Ahsan Lodeng (UIN Raden Intan Lampung, 2018) juga tidak sejalan dengan penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan berdasarkan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 2,018, sedangkan untuk t hitung pada variabel hedonic motives lebih besar dari t tabel ($2,473 > 2,018$). Berdasarkan tingkat signifikansi $0,018 < 0,05$ dapat diketahui bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dari analisis di atas gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa belum sepenuhnya sesuai dengan ajaran Islam, hal ini dilihat dari berdasarkan

data responden yang sebagian besar menyetujui bahwa motivasi dalam dirinya ketika berperilaku sesuatu adalah adanya faktor motivasi hedonis (*hedonic motives*) karena ingin mencapai kesenangan dan kepuasan semata.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil dari penelitian maka dapat menginterpretasikan bahwa tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan terhadap penelitian yang memiliki judul “Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam” dan hipotesis ditolak. Berlandaskan pada data yang telah dihimpun serta pengujian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode regresi linier sederhana serta uji t, maka dapat disimpulkan dengan uraian sebagai berikut:

Hasil pengujian regresi linier sederhana dapat dijelaskan besarnya hubungan atau korelasi yaitu (R) sebesar 0,195, maka hasil tersebut memperoleh (R Square) atau koefisien determinasinya sebesar 0,038 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (perilaku konsumtif) terhadap variabel terikat (penggunaan kartu ATM BSI) adalah sebesar 3,8%. Pada uji t, variabel perilaku konsumtif (X) terhadap variabel penggunaan kartu ATM BSI (Y), diperoleh nilai sig. sebesar 0,055.

B. Saran

Melalui penelitian ini, peneliti mengusulkan beberapa saran yang berkenaan dengan perilaku konsumtif dalam menggunakan kartu ATM BSI ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Para pelaku konsumtif khususnya mahasiswa disarankan untuk mengelola keuangan mereka dengan baik dan mengurangi risiko terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan. Serta menerapkan perilaku konsumtif yang

sesuai dengan ekonomi Islam, sehingga mahasiswa lebih amanah, adil dan sederhana dalam berkonsumsi sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam.

2. Untuk Bank Syariah Indonesia diharapkan meningkatkan performa ATM dan memberikan edukasi sosialisasi kepada para pengguna untuk lebih bijak dalam menggunakan layanan yang ada pada ATM BSI sehingga perilaku konsumtif yang berlebihan dapat terhindarkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3).
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Anam, C. (2018). E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syariah. *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 2(1), 95–112.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1049>
- Andriani, P. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM, Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta*. [UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta]. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19148>
- Arikunto, S. (1991). *Prosedur Penelitian (VII)*. Rineka Cipta.
- Arthesa, A., & Handiman, E. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Indeks.
- Azwar, S. (2012). *Reabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- B, T. B. F. M. (2014). *Perlindungan Hukum bagi Nasabah dalam Penggunaan Kartu ATM Ditinjau dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus pada Bank BNI)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Emirson, J. (2002). *Hukum Surat Berharga dan Perkembangannya di Indonesia*. PT Prehanlindo.
- Fordebi, & Adesy. (2016). *Ekonomi dan Bisnis Islam*. Rajawali Pers.
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A. A., & Tabar, M. J. S. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Ifham, A. (2015). *Ini Lho Bank Syariah*. Media Pustaka Utama.
- Ismail. (2011). *Manajemen Perbankan*. Kencana.
- Ismail. (2019). *Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dengan Inflasi Sebagai Variabel Intervening Dalam Perspektif Ekonomi Islam Periode 2009-2017*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Khairi, M. R., & Gunawan, E. (2019). Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimeki.v1i1.11183>
- Kholilah. (2008). *Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Pengunjung Pasar Kaget*

- di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang. Universitas Islam Negeri Malang.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Jilid I (I)*. PT. Intan Sejati.
- Latumaessa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Salemba Empat.
- Lubis, D. S. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah JURNAL Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(1), 36–55.
- Mangkunegara, A. . (2002). *Perilaku Konsumen*. PT. Refika Aditama.
- Mankiw, N. G. (2006). *Principles of Macroeconomics (3rd ed.)*. Thomson South Western.
- Muhammad Muflih. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Musdalifah, S. (2018). *Program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Bank Indonesia Ditinjau dari Ekonomi Islam*. IAIN Palangkaraya.
- Pertiwi, H. (2021). *Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Switching Behavior Nasabah diluar Pengguna BSI* [Universitas Djuanda Bogor]. <http://repository.unida.ac.id/id/eprint/3274>
- Pramuhadi, R. N. (2019). *Gaya Hidup Penggunaan Kartu Kredit Masyarakat Urban di Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar analisis Data Dengan SPSS 20*. Andi.
- Rahmah, S. (2020). Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Bisnis. *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 166.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jei.v3i2.4253>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (E-Money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 183.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24952/yurisprudentia.v5i2.2128>
- Rasyid, M. B. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Debit Card dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 5(2), 157–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.24967/jmb.v8i2.1708>
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan Melalui Program Kemitraan Dengan Bank Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 18(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.2317/jpis.v28i1.6769>
- Sari, D. S. (2021). *Performa Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger 3 Bank (Studi: Pengguna Automatic Teller*

Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Perbankan Syariah UINFAS Bengkulu. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Suwarni. (2016). *Pengaruh fasilitas Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya* [IAIN Palangka Raya]. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/493>

Syifa, L. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah.

Tasmara, T. (2004). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Gema Insani Persa.

Umar, H. (2005). *Riset Strategi Pemasaran (II)*. Gramedia Pusaka Utama.

Vyctoria. (2013). *Bongkar Rahasia E-Banking dengan Teknik Hacking dan Carding*. Andi.

Wilardjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26714/vameb.v2i1.654>

Wildani, A. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Transportasi Ojek Online GO-JEK*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Wulansari, D., Nurohman, Y. A., & Kurniati, R. S. (2020). Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Muslim Pada Era Digital. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52353/ama.v13i1.191>



LAMPIRAN 1

PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti	Judul Peneliti9//an	Hasil Penelitian
1.	Grace Asimaya Lusyana Pasaribu (2021)	Sistem Transaksi Kartu ATM dan SMS Banking pada PT Bank Sumut Cabang Coordinator Medan	Hasil dari peneltian ini menyatakan bahwa ATM dan <i>SMS Banking</i> sangat berperan penting dalam kegiatan perbankan di masa sekarang ini. Manfaat atas pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM antara lain: penarikan uang tunai, informasi saldo, penggantian PIN, penarikan tunai, transfer antar rekening Bank Sumut, transfer antar bank anggota ATM bersama, pembayaran tagihan rutin (telepon, listrik, air PDAM (khusus Tirta Kualo), produk telekomunikasi kartu halo, <i>matrix, speedy, flexy classy</i>), uang kuliah (USU), dan pembayaran pajak bumi dan bangunan (PBB), pembelian isi ulang pulsa (simpati, AS, mentari, <i>flexy trendy</i>).
2.	Hisbullah Basri dan Agung Anggoro Seto (2018)	Pengaruh Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) terhadap Pola	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara alat pembayaran menggunakan kartu berupa kartu kredit terhadap pola konsumsi

		Konsumsi Masyarakat di Kota Palembang	masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,000, dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara alat pembayaran menggunakan kartu berupa kartu ATM terhadap pola konsumsi masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,140. Secara bersama-sama kartu ATM dan kartu kredit berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat di Kota Palembang dengan signifikansi sebesar 0,000.
3.	Santa Claudia Panjaitan (2018)	Gambaran Perilaku Konsumtif Pemilik Kartu Kredit di Kota Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 50% pemilik kartu kredit di Kota Medan berperilaku konsumtif dan berada pada kategori konsumtif sedang.
4.	Andi Sri Buana Setiawati (2020)	Pengaruh Pemanfaatan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) Plus Anjungan Yunai Mandiri (ATM) BRI Syariah Cabang Palu terhadap Motivasi Menabung Mahasiswa IAIN Palu	Hasil olahan statistik menunjukkan bahwa pemanfaatan KTM plus ATM berpengaruh signifikan terhadap motivasi menabung mahasiswa IAIN Palu dengan nilai sig lebih kecil dari α yaitu $0,000 < 0,05$ dengan besaran pengaruhnya adalah sebesar 0,817 atau 81,7%, sedangkan sisanya 18,3% dijelaskan oleh variabel independen yang lain

			tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal ini dideskripsikan dalam jawaban responden bahwa KTM <i>plus</i> ATM memberi manfaat yang signifikan terhadap motivasi menabung mahasiswa.
5.	Deery Anzar Susanti (2020)	Transaksi Melalui Kartu ATM Ditinjau dari Hukum Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi ATM menurut kajian hukum Islam itu diperbolehkan, asalkan tetap mengikuti syariat Islam. Sesuatu itu dilarang apabila unsur transaksinya membawa kemudharatan, sedangkan konsep Islam sendiri adalah bahwa setiap transaksi ataupun pola kehidupan masyarakat harus membawa kemashlatan bagi umat lainnya.
6.	Togot Benger Friendly Marbun (2014)	Perlindungan Hukum bagi Nasabah dalam Penggunaan Kartu ATM Ditinjau dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus pada Bank BNI)	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nasabah pengguna ATM sebagai konsumennya belum terpenuhi secara penuh hak-haknya, hal ini terjadi karena adanya dominasi bank atas nasabah.

7.	Muhammad Ridwan dan Ilham Galang Wahyudi (2019)	Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pengguna Situs Belanja <i>Online</i> Lazada di Kota Medan)	Hasil penelitian ini dengan kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan pemahaman peserta dan anggota majelis <i>Taqarub Illah</i> bertambah terhadap pemahaman perilaku konsumtif dan lebih berhati-hati dalam melakukan keputusan pembelian belanja <i>online</i> .
8.	Muhammad Ridwan dan Ilham Galang Wahyudi (2019)	Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazasa di Medan)	Kegiatan ini memberikan hasil sebagai berikut: Peserta seminar diharapkan agar mengurangi pembelian barang yang tidak dibutuhkan agar terhindar dari perilaku konsumtif membeli barang secara berlebihan setelah mendapatkan pemahaman materi perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam dari pemateri seminar.
9.	Laila Ramadani (2016)	Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (<i>E-Money</i>) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa	Hasil penelitian ini menurut uji hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit dan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas

			<p>Negeri Malang tahun 2014. Penggunaan kartu debit dan uang elektronik juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi siswa. Hal ini disebabkan pembayaran non tunai yang mudah digunakan. Secara psikologi, siapa pun akan lebih mudah membelanjakan uangnya dalam pembayaran non tunai dibandingkan dalam bentuk tunai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan di lingkungan universitas negeri malang berperilaku konsumtif.</p>
10.	Chandra Kurniawan (2017)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa	<p>Hasil penelitian ini melalui survey dapat diketahui bahwa mahasiswa khususnya Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Palembang mereka bersihat konsumtif karena dipengaruhi oleh ebebrapa faktor, yaitu 1) sebagian mahasiswa ingin tampak berbeda dari yang lain sehingga menjadikan dirinya sebagai trend setter di kampus 2) kebanggan karena penampilan dirinya yang selalu menggunakan pakaian ataupun</p>

			barang-barang yang mewah akan membuat dirinya merasa bangga dan percaya diri 3) ikut-ikutan dengan orang lain yaitu selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman 4) menarik perhatian orang lain.
--	--	--	--



LAMPIRAN 2

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatu

Dengan hormat,

Saya Ayu Ismasari mahasiswa program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dalam rangka penyelesaian skripsi dan penelitian yang saya lakukan dengan judul **Analisis Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam**. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan teman-teman untuk berkenan mengisi kuesioner ini sebagai keperluan penelitian yang saya lakukan. Sesuai dengan kode etik penelitian ilmiah, identitas yang anda berikan bersifat rahasia. Atas waktu dan kesediaanya, saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum warrahmatullahi Wabarakatu

I. IDENTITAS PENELITI

Nama : Ayu Ismasari
Nim : 105741102018
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar
No. HP : 082149190871

II. JUDUL PENELITIAN

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DALAM MENGGUNAKAN KARTU ATM
BSI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

III. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

STS = Sangat Tidak Setuju, Skor 1

TS = Tidak Setuju, Skor 2

N = Netral, Skor 3

S = Setuju, Skor 4

SS = Sangat Setuju, Skor 5

IV. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden

.....

2. Program Studi

- a. Manajemen
- b. Akuntansi
- c. Ekonomi Pembangunan
- d. Ekonomi Islam
- e. D3 Perpajakan

3. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

4. Tunjangan/Uang saku Perbulan

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| a. >Rp.500.000 | d. Rp1.500.000-Rp2.000.000 |
| b. Rp.500.000-Rp1.000.000 | e. Rp2.000.000- Rp2.500.000 |
| c. Rp1.000.000-Rp1.500.000 | |

1. Perilaku Konsumtif (X)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya sering membeli barang karena iming-iming hadiah/bonus (B1G1)					
2.	Saya cenderung membeli produk yang memiliki kemasan unik/menarik					
3.	Saya cenderung membeli barang mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri					
4.	Saat membeli produk saya cenderung lebih mempertimbangkan merk daripada manfaatnya					
5.	Saya sering membeli produk karena ada potongan harga/diskon					
6.	Saya cenderung membeli produk karena bintang iklannya tokoh yang saya kagumi					
7.	Saya sering membeli barang karena ingin terlihat trendi dan tidak ketinggalan zaman					
8.	Saya cenderung melakukan pembelian tidak terencana dan berlebih-lebihan					

2. Penggunaan Kartu ATM BSI (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
	Intensitas Penggunaan					
1.	Dalam sebulan saya sering menggunakan kartu ATM BSI dalam bertransaksi					
2.	Saya sering menggunakan kartu ATM BSI dalam kehidupan sehari-hari karena tidak perlu lagi membawa uang tunai					
	Manfaat/Kegunaan					
3.	Dengan kartu ATM BSI saya dapat melakukan pembayaran listrik, air, telepon maupun pembelian online					
4.	Dengan kartu ATM BSI saya dapat melakukan transfer antar rekening bank yang sama atau bank lain dengan jaringan yang sama					
5.	Dengan kartu ATM BSI proses transaksi pembayaran yang saya lakukan menjadi lebih cepat dan efisien					
	Kemudahan					
6.	Penggunaan kartu ATM BSI memudahkan saya melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja					
	Kepuasan					
7.	Saya merasa puas dengan layanan kartu ATM BSI karena kebutuhan transaksi saya dapat terpenuhi					
8.	Saya merasa puas dengan penggunaan kartu ATM BSI secara keseluruhan karena sudah sesuai dengan harapan saya					

LAMPIRAN 3

IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Tunjangan/Uang saku Perbulan
1	Responden 1	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
2	Responden 2	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp1.000.000- Rp1.500.000
3	Responden 3	Perempuan	Manajemen	Rp.500.000- Rp1.000.000
4	Responden 4	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
5	Responden 5	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
6	Responden 6	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
7	Responden 7	Perempuan	Akuntansi	Rp2.000.000- Rp2.500.000
8	Responden 8	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
9	Responden 9	Perempuan	Perpajakan D3	>Rp.500.000
10	Responden 10	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
11	Responden 11	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
12	Responden 12	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp2.000.000- Rp2.500.000
13	Responden 13	Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	Rp1.500.000- Rp2.000.000
14	Responden 14	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
15	Responden 15	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
16	Responden 16	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
17	Responden 17	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
18	Responden 18	Perempuan	Akuntansi	Rp2.000.000- Rp2.500.000
19	Responden 19	Perempuan	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000

20	Responden 20	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
21	Responden 21	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp.500.000- Rp1.000.000
22	Responden 22	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
23	Responden 23	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
24	Responden 24	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
25	Responden 25	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp1.000.000- Rp1.500.000
26	Responden 26	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
27	Responden 27	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp.500.000- Rp1.000.000
28	Responden 28	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
29	Responden 29	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
30	Responden 30	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
31	Responden 31	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
32	Responden 32	Laki-laki	Ekonomi Islam	>Rp.500.000
33	Responden 33	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.500.000- Rp2.000.000
34	Responden 34	Laki-laki	Perpajakan D3	Rp1.000.000- Rp1.500.000
35	Responden 35	Laki-laki	Ekonomi Islam	>Rp.500.000
36	Responden 36	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
37	Responden 37	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
38	Responden 38	Perempuan	Perpajakan D3	Rp1.000.000- Rp1.500.000
39	Responden 39	Perempuan	Manajemen	Rp.500.000- Rp1.000.000
40	Responden 40	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp.500.000- Rp1.000.000
41	Responden 41	Perempuan	Akuntansi	Rp2.000.000- Rp2.500.000
42	Responden 42	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000

43	Responden 43	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
44	Responden 44	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
45	Responden 45	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
46	Responden 46	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
47	Responden 47	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
48	Responden 48	Perempuan	Perpajakan D3	Rp.500.000- Rp1.000.000
49	Responden 49	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
50	Responden 50	Perempuan	Perpajakan D3	Rp1.000.000- Rp1.500.000
51	Responden 51	Perempuan	Akuntansi	Rp2.000.000- Rp2.500.000
52	Responden 52	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
53	Responden 53	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
54	Responden 54	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
55	Responden 55	Perempuan	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
56	Responden 56	Laki-laki	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
57	Responden 57	Perempuan	Manajemen	Rp1.500.000- Rp2.000.000
58	Responden 58	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
59	Responden 59	Perempuan	Perpajakan D3	Rp1.000.000- Rp1.500.000
60	Responden 60	Perempuan	Manajemen	Rp1.500.000- Rp2.000.000
61	Responden 61	Perempuan	Akuntansi	Rp2.000.000- Rp2.500.000
62	Responden 62	Laki-laki	Manajemen	>Rp.500.000
63	Responden 63	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
64	Responden 64	Laki-laki	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000

65	Responden 65	Perempuan	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
66	Responden 66	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp.500.000- Rp1.000.000
67	Responden 67	Perempuan	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
68	Responden 68	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
69	Responden 69	Perempuan	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
70	Responden 70	Perempuan	Perpajakan D3	Rp1.000.000- Rp1.500.000
71	Responden 71	Laki-laki	Manajemen	Rp1.500.000- Rp2.000.000
72	Responden 72	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
73	Responden 73	Laki-laki	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
74	Responden 74	Laki-laki	Manajemen	Rp1.000.000- Rp1.500.000
75	Responden 75	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
76	Responden 76	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.500.000- Rp2.000.000
77	Responden 77	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
78	Responden 78	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.500.000- Rp2.000.000
79	Responden 79	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
80	Responden 80	Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	Rp.500.000- Rp1.000.000
81	Responden 81	Perempuan	Manajemen	Rp.500.000- Rp1.000.000
82	Responden 82	Laki-laki	Ekonomi Islam	Rp1.500.000- Rp2.000.000
83	Responden 83	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	Rp1.000.000- Rp1.500.000
84	Responden 84	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.000.000- Rp1.500.000
85	Responden 85	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp1.500.000- Rp2.000.000
86	Responden 86	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000

87	Responden 87	Perempuan	Akuntansi	Rp1.500.000- Rp2.000.000
88	Responden 88	Perempuan	Akuntansi	Rp.500.000- Rp1.000.000
89	Responden 89	Laki-laki	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000
90	Responden 90	Laki-laki	Perpajakan D3	>Rp.500.000
91	Responden 91	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp2.000.000- Rp2.500.000
92	Responden 92	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp2.000.000- Rp2.500.000
93	Responden 93	Perempuan	Ekonomi Islam	Rp2.000.000- Rp2.500.000
94	Responden 94	Perempuan	Perpajakan D3	Rp1.500.000- Rp2.000.000
95	Responden 95	Perempuan	Manajemen	Rp1.500.000- Rp2.000.000
96	Responden 96	Laki-laki	Manajemen	Rp1.500.000- Rp2.000.000
97	Responden 97	Perempuan	Akuntansi	Rp1.000.000- Rp1.500.000



TABULASI DATA

No	Nama	Item Jawaban								TOTAL X
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	
1	Responden 1	3	3	2	2	5	2	2	2	21
2	Responden 2	2	1	3	5	2	4	5	5	27
3	Responden 3	2	1	2	2	3	1	1	1	13
4	Responden 4	1	4	1	1	5	3	2	4	21
5	Responden 5	1	4	1	1	5	3	2	4	21
6	Responden 6	3	3	4	3	3	3	3	4	26
7	Responden 7	5	5	3	3	5	3	3	3	30
8	Responden 8	4	3	2	2	3	1	1	2	18
9	Responden 9	1	2	2	1	3	1	1	1	12
10	Responden 10	2	4	1	1	5	3	2	1	19
11	Responden 11	4	2	5	2	3	1	3	4	24
12	Responden 12	4	5	4	2	5	5	4	3	32
13	Responden 13	4	4	3	2	4	2	2	3	24
14	Responden 14	2	3	2	1	5	1	1	5	20
15	Responden 15	3	4	1	1	3	3	1	1	17
16	Responden 16	4	4	1	3	5	3	3	3	26
17	Responden 17	2	3	3	2	4	4	3	3	24
18	Responden 18	2	5	5	3	5	3	5	3	31
19	Responden 19	3	5	3	2	5	2	4	3	27
20	Responden 20	1	3	2	1	3	3	2	4	19
21	Responden 21	2	3	1	1	4	3	3	1	18
22	Responden 22	2	3	1	1	5	1	1	2	16
23	Responden 23	3	3	1	1	4	1	1	2	16
24	Responden 24	3	3	2	2	3	1	1	1	16
25	Responden 25	1	2	3	1	3	1	2	1	14
26	Responden 26	3	3	3	3	3	3	3	2	23
27	Responden 27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	Responden 28	1	2	1	1	3	2	1	1	12
29	Responden 29	2	3	1	1	4	2	2	2	17
30	Responden 30	5	5	3	1	5	4	3	3	29
31	Responden 31	3	4	2	2	3	2	1	2	19
32	Responden 32	1	1	1	1	5	3	4	2	18
33	Responden 33	3	4	2	1	5	3	2	4	24
34	Responden 34	3	4	4	3	3	3	3	3	26
35	Responden 35	1	1	1	1	3	1	1	1	10
36	Responden 36	2	2	3	1	5	2	4	1	20
37	Responden 37	3	4	3	4	4	3	3	4	28

38	Responden 38	1	4	3	2	3	2	2	2	19
39	Responden 39	3	4	3	3	3	2	3	3	24
40	Responden 40	3	5	2	2	5	2	2	2	23
41	Responden 41	5	2	2	4	5	5	2	5	30
42	Responden 42	3	3	3	2	3	3	3	3	23
43	Responden 43	1	5	3	3	5	3	1	1	22
44	Responden 44	2	4	3	2	4	3	3	4	25
45	Responden 45	3	4	1	2	4	2	3	3	22
46	Responden 46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	Responden 47	3	3	3	2	4	3	3	3	24
48	Responden 48	3	3	3	2	3	3	3	3	23
49	Responden 49	3	3	3	2	4	2	3	5	25
50	Responden 50	2	4	2	3	5	2	3	4	25
51	Responden 51	4	4	4	4	4	4	4	2	30
52	Responden 52	2	4	2	2	2	4	3	2	21
53	Responden 53	1	5	1	1	5	2	1	2	18
54	Responden 54	2	3	1	1	3	2	3	2	17
55	Responden 55	2	2	4	2	2	1	2	2	17
56	Responden 56	3	3	3	4	3	1	3	3	23
57	Responden 57	1	3	3	3	4	3	3	4	24
58	Responden 58	2	2	2	1	3	2	1	2	15
59	Responden 59	4	4	4	3	4	3	3	4	29
60	Responden 60	4	5	3	2	5	3	2	2	26
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	Responden 62	1	1	1	1	4	1	1	1	11
63	Responden 63	1	4	1	1	2	3	2	3	17
64	Responden 64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	Responden 65	3	4	2	2	3	2	2	3	21
66	Responden 66	3	3	1	1	3	2	2	1	16
67	Responden 67	4	3	4	1	5	1	3	4	25
68	Responden 68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	Responden 69	2	4	5	1	4	1	2	2	21
70	Responden 70	1	3	2	3	4	1	1	3	18
71	Responden 71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	Responden 72	5	4	5	3	5	3	5	5	35
73	Responden 73	3	4	4	3	4	3	3	3	27
74	Responden 74	3	2	3	2	3	1	2	1	17
75	Responden 75	3	3	3	2	4	2	3	2	22
76	Responden 76	3	5	3	3	5	3	4	4	30
77	Responden 77	1	3	3	1	5	1	1	4	19
78	Responden 78	2	4	3	2	5	3	3	3	25

79	Responden 79	3	4	3	1	5	2	2	1	21
80	Responden 80	4	5	1	1	4	1	3	1	20
81	Responden 81	2	1	1	1	4	5	2	3	19
82	Responden 82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	Responden 83	4	5	1	1	4	1	3	4	23
84	Responden 84	3	3	3	3	3	3	3	3	24
85	Responden 85	3	4	4	2	4	2	4	3	26
86	Responden 86	3	4	3	2	4	3	2	3	24
87	Responden 87	5	4	3	3	4	4	3	3	29
88	Responden 88	3	2	1	1	5	3	1	4	20
89	Responden 89	2	2	3	2	3	1	3	3	19
90	Responden 90	1	1	1	1	1	1	1	1	8
91	Responden 91	4	5	5	5	5	5	4	4	37
92	Responden 92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	Responden 93	4	4	5	5	5	4	4	4	35
94	Responden 94	5	5	5	5	5	4	4	4	37
95	Responden 95	5	4	4	4	4	5	5	5	36
96	Responden 96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	Responden 97	2	4	1	1	3	2	1	1	15

No	Nama	Item Jawaban								TOTAL Y
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	Responden 1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Responden 2	4	2	1	1	2	1	2	1	14
3	Responden 3	3	3	5	4	4	5	3	3	30
4	Responden 4	4	3	3	3	3	3	3	3	25
5	Responden 5	4	3	3	3	3	3	3	3	25
6	Responden 6	3	3	4	4	5	3	4	3	29
7	Responden 7	3	3	3	5	5	5	3	3	30
8	Responden 8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	Responden 10	2	2	2	3	3	3	3	3	21
11	Responden 11	2	2	4	5	5	5	3	4	30
12	Responden 12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	Responden 13	1	4	5	5	5	4	4	4	32
14	Responden 14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	Responden 15	3	2	3	4	4	4	4	4	28
16	Responden 16	1	1	1	1	4	2	4	4	18
17	Responden 17	4	3	5	5	5	5	5	5	37
18	Responden 18	3	3	3	5	5	5	5	5	34

19	Responden 19	1	1	3	4	5	3	5	5	27
20	Responden 20	2	3	3	4	4	4	5	4	29
21	Responden 21	5	3	5	5	4	4	4	4	34
22	Responden 22	2	1	4	4	3	4	4	4	26
23	Responden 23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	Responden 24	3	3	4	4	4	4	3	3	28
25	Responden 25	4	4	4	5	5	5	4	4	35
26	Responden 26	4	3	3	4	3	3	3	3	26
27	Responden 27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	Responden 28	4	2	4	3	4	3	4	4	28
29	Responden 29	4	3	3	3	3	3	3	4	26
30	Responden 30	4	3	5	5	5	5	5	5	37
31	Responden 31	3	3	4	4	4	4	4	4	30
32	Responden 32	3	3	2	5	5	3	3	3	27
33	Responden 33	4	4	5	5	5	5	5	5	38
34	Responden 34	1	1	2	2	2	2	2	2	14
35	Responden 35	3	3	4	4	3	4	4	4	29
36	Responden 36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	Responden 37	4	2	2	4	3	4	4	3	26
38	Responden 38	3	4	5	5	5	5	5	5	37
39	Responden 39	1	1	1	1	1	1	1	1	8
40	Responden 40	2	2	5	5	4	4	4	4	30
41	Responden 41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	Responden 42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	Responden 43	3	3	3	5	5	5	5	5	34
44	Responden 44	3	3	4	3	3	4	3	3	26
45	Responden 45	3	2	4	4	4	4	4	4	29
46	Responden 46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	Responden 47	1	1	4	4	4	4	4	4	26
48	Responden 48	3	3	3	4	4	4	3	3	27
49	Responden 49	4	4	4	4	3	4	4	5	32
50	Responden 50	3	2	4	5	5	4	4	5	32
51	Responden 51	4	4	3	4	4	4	4	4	31
52	Responden 52	5	4	5	3	4	2	4	3	30
53	Responden 53	5	3	5	5	5	5	5	5	38
54	Responden 54	5	3	2	5	5	5	5	5	35
55	Responden 55	4	4	3	4	4	3	3	1	26
56	Responden 56	2	4	3	3	3	3	3	2	23
57	Responden 57	5	3	5	5	5	5	5	5	38
58	Responden 58	2	3	4	4	5	5	5	4	32
59	Responden 59	3	4	3	4	4	4	4	4	30

60	Responden 60	3	3	4	4	4	4	4	4	30
61	Responden 61	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	Responden 62	3	1	2	3	5	4	3	3	24
63	Responden 63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	Responden 64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	Responden 65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	Responden 66	3	2	2	1	1	2	1	1	13
67	Responden 67	2	3	3	5	5	5	5	5	33
68	Responden 68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	Responden 69	1	1	1	1	1	1	1	1	8
70	Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	Responden 71	4	4	5	4	4	5	5	5	36
72	Responden 72	4	4	5	4	4	5	4	5	35
73	Responden 73	3	3	4	4	4	4	4	4	30
74	Responden 74	3	3	4	4	4	3	3	3	27
75	Responden 75	1	1	3	5	5	5	4	5	29
76	Responden 76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	Responden 77	3	3	3	3	4	5	5	5	31
78	Responden 78	2	2	3	3	3	4	4	4	25
79	Responden 79	4	3	4	4	4	4	4	4	31
80	Responden 80	3	1	4	4	5	5	3	3	28
81	Responden 81	3	2	2	4	4	4	4	4	27
82	Responden 82	2	3	4	4	4	4	4	4	29
83	Responden 83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	Responden 84	3	3	3	3	3	3	3	3	24
85	Responden 85	3	2	2	2	3	3	3	4	22
86	Responden 86	3	2	3	4	4	4	4	4	28
87	Responden 87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	Responden 88	1	1	1	2	1	3	2	2	13
89	Responden 89	2	2	5	5	5	5	5	3	32
90	Responden 90	1	1	1	1	1	1	1	1	8
91	Responden 91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	Responden 92	4	5	5	5	5	5	5	5	39
93	Responden 93	5	5	5	5	4	4	4	5	37
94	Responden 94	5	5	5	5	4	4	4	4	36
95	Responden 95	5	5	5	5	5	5	4	4	38
96	Responden 96	4	4	4	4	4	5	5	5	35
97	Responden 97	4	3	3	4	5	5	4	3	31

UJI VALIDITAS X

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL X
X1	Pearson Correlation	1	.449**	.501**	.546**	.277**	.440**	.519**	.418**	.741**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2	Pearson Correlation	.449**	1	.318**	.298**	.474**	.350**	.346**	.259*	.607**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.001	.003	<.001	<.001	<.001	.010	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3	Pearson Correlation	.501**	.318**	1	.670**	.151	.364**	.651**	.466**	.746**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001		<.001	.140	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X4	Pearson Correlation	.546**	.298**	.670**	1	.098	.580**	.649**	.543**	.793**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	<.001		.339	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X5	Pearson Correlation	.277**	.474**	.151	.098	1	.275**	.228*	.310**	.469**
	Sig. (2-tailed)	.006	<.001	.140	.339		.006	.024	.002	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X6	Pearson Correlation	.440**	.350**	.364**	.580**	.275**	1	.593**	.487**	.729**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.006		<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X7	Pearson Correlation	.519**	.346**	.651**	.649**	.228*	.593**	1	.542**	.811**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.024	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X8	Pearson Correlation	.418**	.259*	.466**	.543**	.310**	.487**	.542**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.197	.022	.003	.196	.003	.021	.024		<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL X	Pearson Correlation	.741**	.607**	.746**	.793**	.469**	.729**	.811**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

UJI VALIDITAS Y

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.764**	.567**	.480**	.413**	.440**	.467**	.438**	.700**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.764**	1	.670**	.564**	.462**	.499**	.536**	.487**	.761**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.567**	.670**	1	.751**	.646**	.691**	.676**	.649**	.852**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.480**	.564**	.751**	1	.857**	.852**	.772**	.741**	.897**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.413**	.462**	.646**	.857**	1	.804**	.808**	.733**	.850**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y6	Pearson Correlation	.440**	.499**	.691**	.852**	.804**	1	.799**	.785**	.873**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y7	Pearson Correlation	.467**	.536**	.676**	.772**	.808**	.799**	1	.895**	.885**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y8	Pearson Correlation	.438**	.487**	.649**	.741**	.733**	.785**	.895**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL Y	Pearson Correlation	.700**	.761**	.852**	.897**	.850**	.873**	.885**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

UJI REABILITAS X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	20.30	33.024	.640	.835
X.2	19.66	35.602	.482	.853
X.3	20.42	32.517	.641	.835
X.4	20.87	32.159	.708	.827
X.5	19.18	38.292	.345	.865
X.6	20.51	33.357	.626	.837
X.7	20.46	32.335	.736	.824
X.8	20.26	33.172	.611	.839

UJI REABILITAS Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	26.3918	44.762	.601	.940
Y.2	26.6289	43.673	.678	.934
Y.3	26.0722	42.338	.797	.924
Y.4	25.7835	42.380	.862	.920
Y.5	25.7320	43.615	.802	.924
Y.6	25.7629	43.308	.831	.922
Y.7	25.8557	43.583	.849	.921
Y.8	25.8969	43.114	.801	.924

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	7.34547009	
Most Extreme Differences	Absolute	.095	
	Positive	.059	
	Negative	-.095	
Test Statistic		.095	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.032	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.030	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.025
		Upper Bound	.034

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.599	2.750		8.946	<.001		
	Perilaku Konsumtif	.222	.115	.195	1.940	.055	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Kartu ATM BSI

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	7.280	1.843		3.950	<.001
	Perilaku Konsumtif	-.082	.077	-.108	-1.062	.291

a. Dependent Variable: Abs_RES

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Model		ANOVA ^a			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	205.262	1	205.262	3.765	.055 ^b
	Re/sidual	5179.769	95	54.524		
	Total	5385.031	96			

a. Dependent Variable: Penggunaan Kartu ATM BSI

b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif

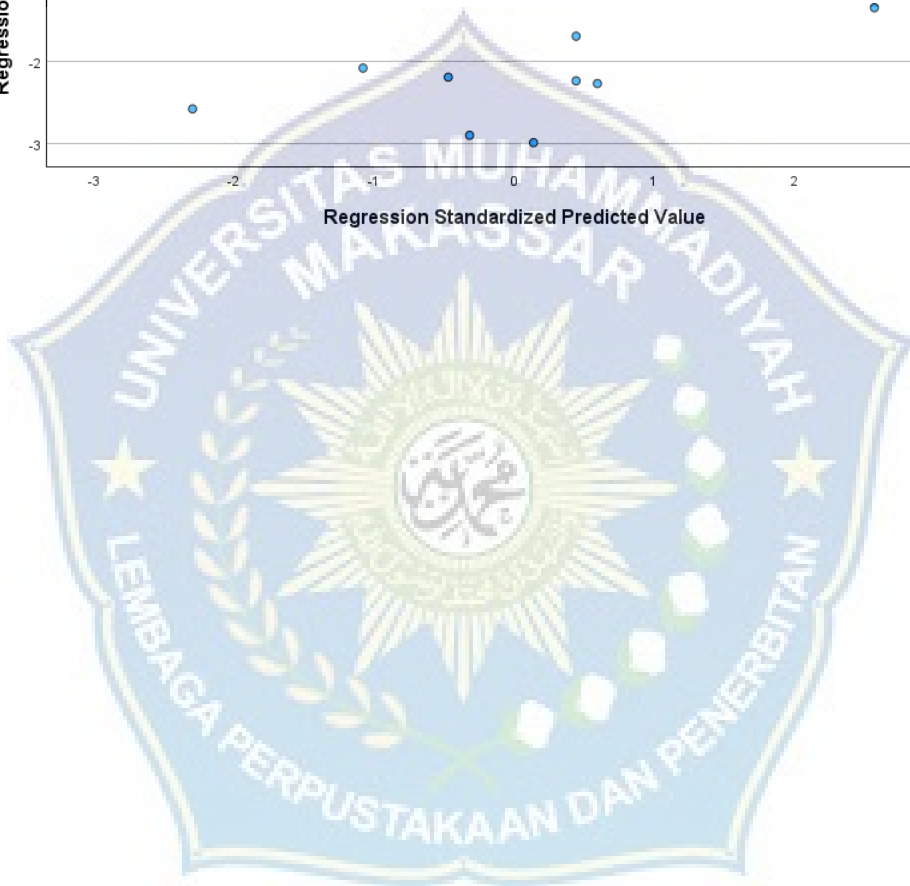
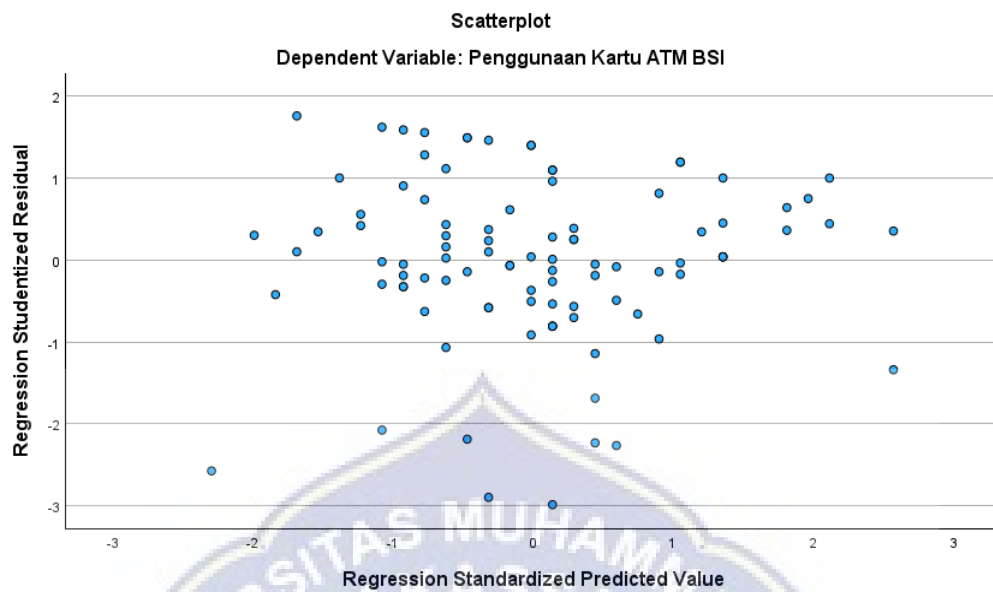
Model	Model Summary				Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.195 ^a	.038	.028	7.38403	

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif

UJI HIPOTESIS

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	24.599	2.750		8.946	<.001
	Perilaku Konsumtif	.222	.115	.195	1.940	.055

a. Dependent Variable: Penggunaan Kartu ATM BSI



LAMPIRAN Ttabel

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
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.

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 2394/05/C.4-VIII/VIII/1444/2023

13 Safar 1445 H

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

29 August 2023 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhamamdiyah Makassar

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 84/05/A.2-II/VIII/45/2023 tanggal 29 Agustus 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **AYU ISMASARI**

No. Stambuk : **10574 1102018**

Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Jurusan : **Ekonomi Islam**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DALAM MENGGUNAKAN KARTU ATM BSI DITINJU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 30 September 2023 s/d 30 Nopember 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Dr. Mth. Arief Muhsin, M.Pd

NBM 1127761



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

No.084/05/A-2-II/VIII/45/2023

Berdasarkan Surat Masuk dari Nomor: 2394/05/C.4-VIII/VIII/1445/2023 dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : **Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M. Si**
NBM : 651 507
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama : **Ayu Ismasari**
NIM : 10574 11020 18
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : "Analsis Perilaku Konsumentif dalam Menggunakan Kartu ATIM BSI Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam"

Dengan ini memberikan izin penelitan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 27 Juli 2023 s/d 27 September 2023.

Demikian Surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 15 Safar 1445 H
29 Agustus 2023 M

Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M.Si
NBM: 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Ayu Ismasari
Nim : 105741102018
Program Studi : Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	20 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5%


Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 14 Desember 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursinah H. Humidi, S.P.
NBM. 964 591



Penulis bernama lengkap Ayu Ismasari dilahirkan di Pulau Pinang Malaysia, pada tanggal 18 Januari 2001 dari pasangan suami istri Fauzi Moh. Noh dan Ibu Lana Hari Harahap. Peneliti adalah anak kedua dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Kelurahan Dongkala

Kecamatan Kabaena Timur Kabupaten Bombana, Sulawesi Tenggara.

Pendidikan yang ditempuh oleh penulis yaitu SD Negeri 1 Tapuhaka lulus tahun 2012, MTs Negeri 4 Bombana lulus tahun 2015, SMA Negeri 05 Bombana lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2018 mengikuti Program S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

