

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

MARIPAH
IAIN SYEKH NURJATI
NIM. 2008204122

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN 1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Maripah. NIM: 2008204122. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”. Skripsi 2024.

Digital Marketing merubah cara orang berbelanja dari offline ke online. Iklan *digital* yang personal meningkatkan minat beli. Pembayaran *digital* memudahkan transaksi dan mendorong pembelian spontan. Fitur *cashback* dan diskon juga mempengaruhi keputusan beli. *E-commerce* membuat belanja online lebih mudah dan nyaman. Promosi dan diskon dari *E-commerce* juga memengaruhi cara orang berbelanja. Tujuan Penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing*, *Digital Payment* dan *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 96 responden dari populasi 2.398 dengan menggunakan rumus *Taro Yamane*, yang diambil melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan SPSS 25. Teknik pengambilan sampel diambil menggunakan teknik *cluster sampling*. Analisis data mencakup uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Digital Marketing* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan analisis secara simultan menunjukkan *Digital Marketing*, *Digital Payment*, dan *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Digital Payment*, *E-commerce* dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Maripah. NIM: 2008204122. "ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS IN THE FACULTY OF ECONOMICS AND ISLAMIC BUSINESS IAIN SHEIKH NURJATI CIREBON". Thesis 2024.

Digital Marketing is changing the way people shop from offline to online. Personalized digital ads increase purchase intent. Digital payments make transactions easier and encourage spontaneous purchases. Cashback and discount features also influence buying decisions. E-commerce makes online shopping easier and more convenient. E-commerce promotions and discounts also influence the way people shop. The research objectives are to analyze how strong the influence of Digital Marketing, Digital Payment and E-commerce together on the consumptive behavior of students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Sheikh Nurjati Cirebon.

This study used a quantitative approach with 96 respondents from a population of 2,398 using the Taro Yamane formula, which was taken through distributing questionnaires and analyzed with SPSS 25. The sampling technique was taken using cluster sampling technique. Data analysis includes research instrument tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of this study indicate that there is a significant influence between Digital Marketing on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business. Digital Payment has a significant effect on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business. E-commerce has a significant effect on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business on consumptive behavior. Based on simultaneous analysis shows Digital Marketing, Digital Payment, and E-commerce have a significant effect on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business.

Keywords: *Digital Marketing, Digital Payment, E-commerce and Consumptive Behavior*

المخلص

تحليل العوامل التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي للطلاب في كلية " NIM: 2008204122 مربيه الاقتصاد والأعمال الإسلامية عين الشيخ نورجاتي سيريبون". الأطروحة 2024

يعمل التسويق الرقمي على تغيير الطريقة التي يتسوق بها الأشخاص من التسوق خارج الإنترنت إلى التسوق عبر الإنترنت تزيد الإعلانات الرقمية المخصصة من نية الشراء. تجعل المدفوعات الرقمية المعاملات أسهل وتشجع على الشراء التلقائي. كما تؤثر ميزات الاسترداد النقدي والخصومات على قرارات الشراء. تجعل التجارة الإلكترونية التسوق عبر الإنترنت أسهل وأكثر ملاءمة. تؤثر العروض الترويجية والخصومات في التجارة الإلكترونية أيضًا على طريقة تسوق الأشخاص. الهدف من البحث هو تحليل تأثير التسويق الرقمي IAIN والدفع الرقمي والتجارة الإلكترونية على السلوك الاستهلاكي لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية الشيخ نورجاتي سيريبون

استخدمت هذه الدراسة منهجًا كميًا مع 96 مبحوثًا من بين 2,398 مبحوثًا من السكان البالغ عددهم 2,398 تم استخدام SPSS 25 باستخدام صيغة تارويامان التي تم أخذها من خلال توزيع الاستبيانات وتحليلها باستخدام أخذ أسلوب أخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات العنقودية. وتضمن تحليل البيانات اختبار أداة البحث واختبار الافتراضات الكلاسيكية، واختبار الفرضيات، واختبار معامل التحديد

تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود تأثير كبير بين التسويق الرقمي على السلوك الاستهلاكي لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية. التسويق الرقمي له تأثير معنوي على السلوك الاستهلاكي لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية. التسويق الإلكتروني له تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية على السلوك الاستهلاكي. بناءً على التحليل المتزامن يظهر أن التسويق الرقمي. الدفع الرقمي، والتجارة الإلكترونية لها تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية على السلوك الاستهلاكي

الكلمات البحث: التسويق الرقمي. الدفع الرقمي، والتجارة الإلكترونية والسلوك الاستهلاكي

IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Maripah

NIM. 2008204122

Pembimbing I

Pembimbing II

D. Abdul Aziz, M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 004

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Áchmad Otong Bustomi Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/ MARIPAH, NIM: 2008204122 dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKHNURJATICIREBON". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Abdul Aziz, M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 004

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Balthomi Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maripah
Nim : 2008204122
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 19 Agustus 2001
Alamat : Desa Kalisapu, Kec. Gunung Jati, Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul " **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim keaslian karya saya ini.

Cirebon, 01 April 2024

Pembuat Pernyataan,



Maripah

NIM. 2008204122

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON ". Oleh Maripah, NIM: 2008204122. Telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 28 Maret 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



Achmad Otong Busthomi Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Penguji II

Achmad Otong Busthomi Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

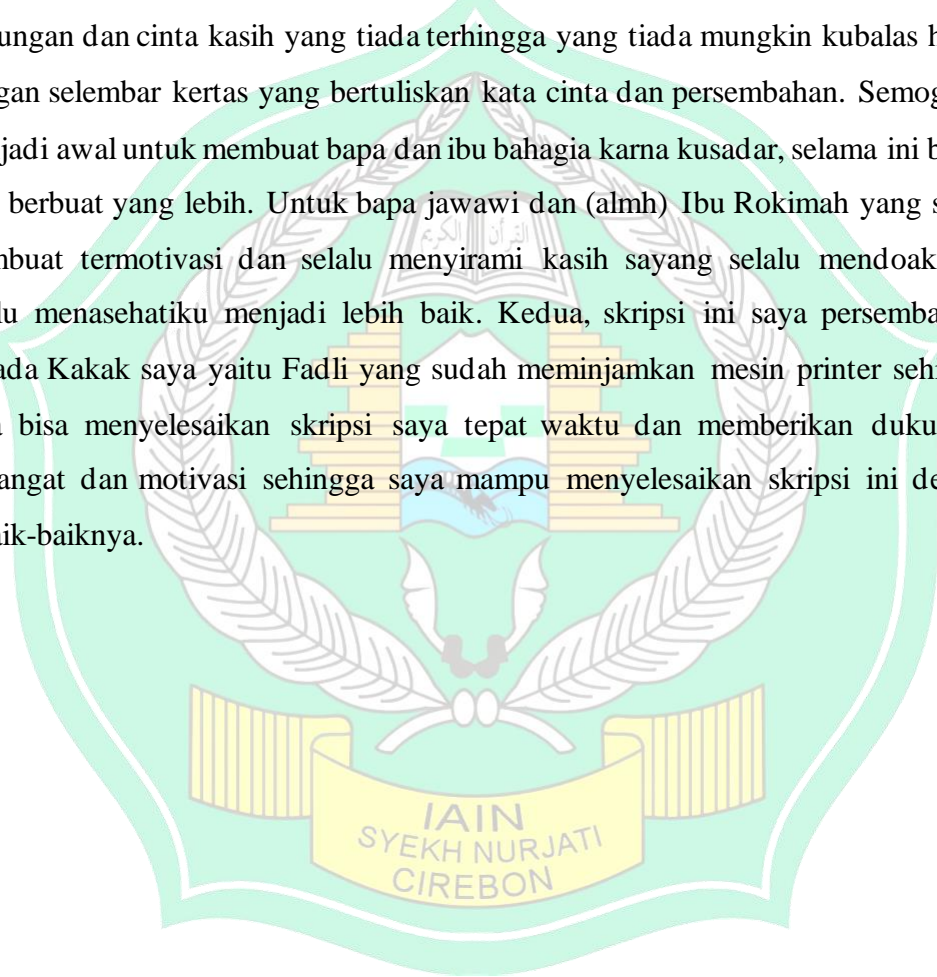
Mohamad Rana, M.H.I

NIP. 1985092015031003

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Bapa Jawawi dan (almh) Ibu Rokimah yang tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada bapa dan mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat bapa dan ibu bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk bapa jawawi dan (almh) Ibu Rokimah yang selalu membuat termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Kedua, skripsi ini saya persembahkan kepada Kakak saya yaitu Fadli yang sudah meminjamkan mesin printer sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya tepat waktu dan memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.



MOTTO

“It’s not things that trouble us, but our judgement about things”
(Epictetus)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Cirebon tanggal 19 Agustus 2001. Dengan penuh kasih sayang penulis di besarkan dengan diberi Maripah. Penulis adalah anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan (almh) Ibu Rokimah dengan Bapak Jawawi. Penulis tinggal di Blok Kholwat Ds. Kalisapu, Kec. Gunung Jati.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis yakni sebagai berikut:

1. SDN 1 Kalisapu
2. SMPN 2 Gunung Jati
3. SMK Wahidin Kota Cirebon

Penulis menempuh pendidikan (S-1) di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan menyusun skripsi dengan judul "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**". dibawah bimbingan Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Ag dan H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si,

Cirebon, 01 April 2024

Maripah

NIM. 2008204122

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah, yaitu penyusunan skripsi dengan judul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON"** Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Yang telah membawa kita semua dari zaman kegelapan hingga zaman terang benderang seperti saat ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih sebagai penghargaan kepada semua pihak. Terkhusus untuk keluarga dan orangtua yang selalu memberikan segala bentuk dukungan baik dari segi moral maupun material. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan semakin baik.
5. Dr. Abdul Aziz, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh Dosen dan Staff khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Kakak ku tersayang a Fadli yang selalu mendukung dengan meminjamkan mesin printer selama ini.
8. Shadam Fitrah Nurzaman yang sudah membantu, memberi support dan menjadi tempat keluh kesah.

9. Keluarga besar Ekonomi Syariah D yang sudah berjuang bersama selama 4 tahun dalam perkuliahan.
10. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi, do'a dan semangat kepada penulis. Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin....

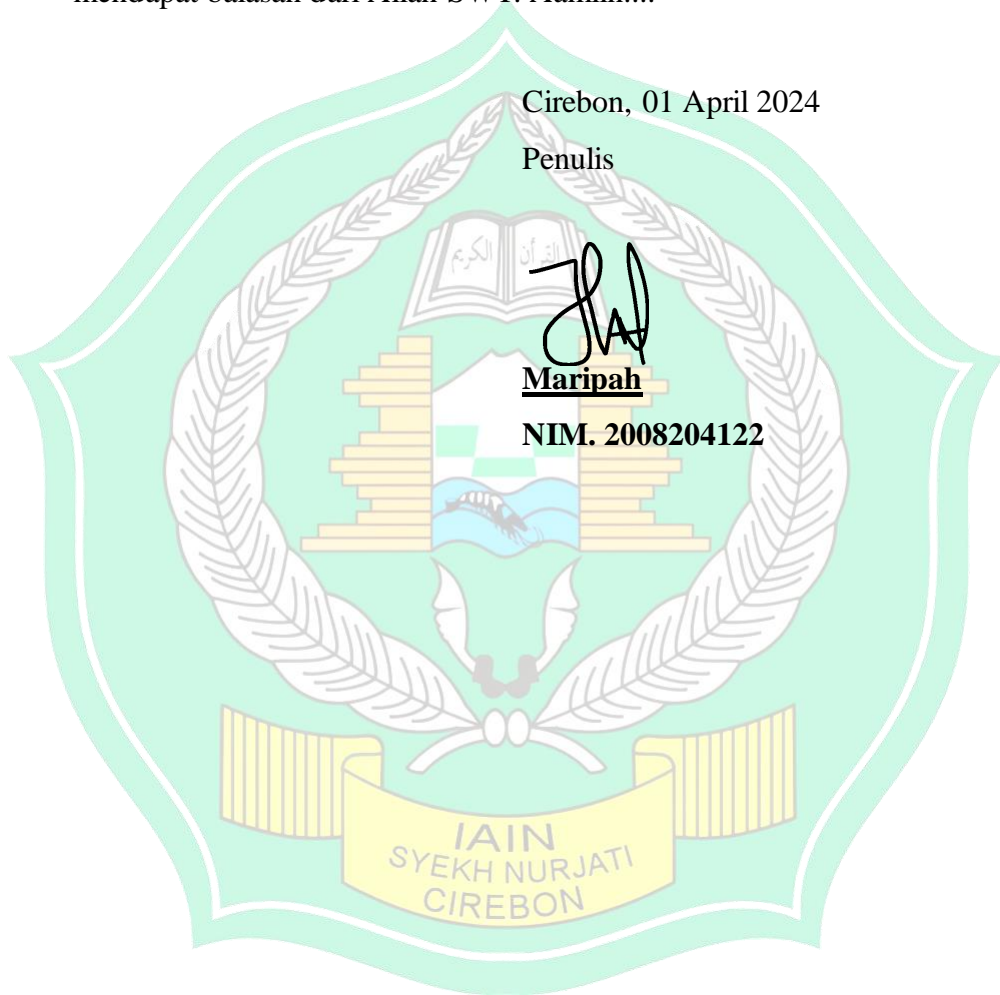
Cirebon, 01 April 2024

Penulis



Maripah

NIM. 2008204122



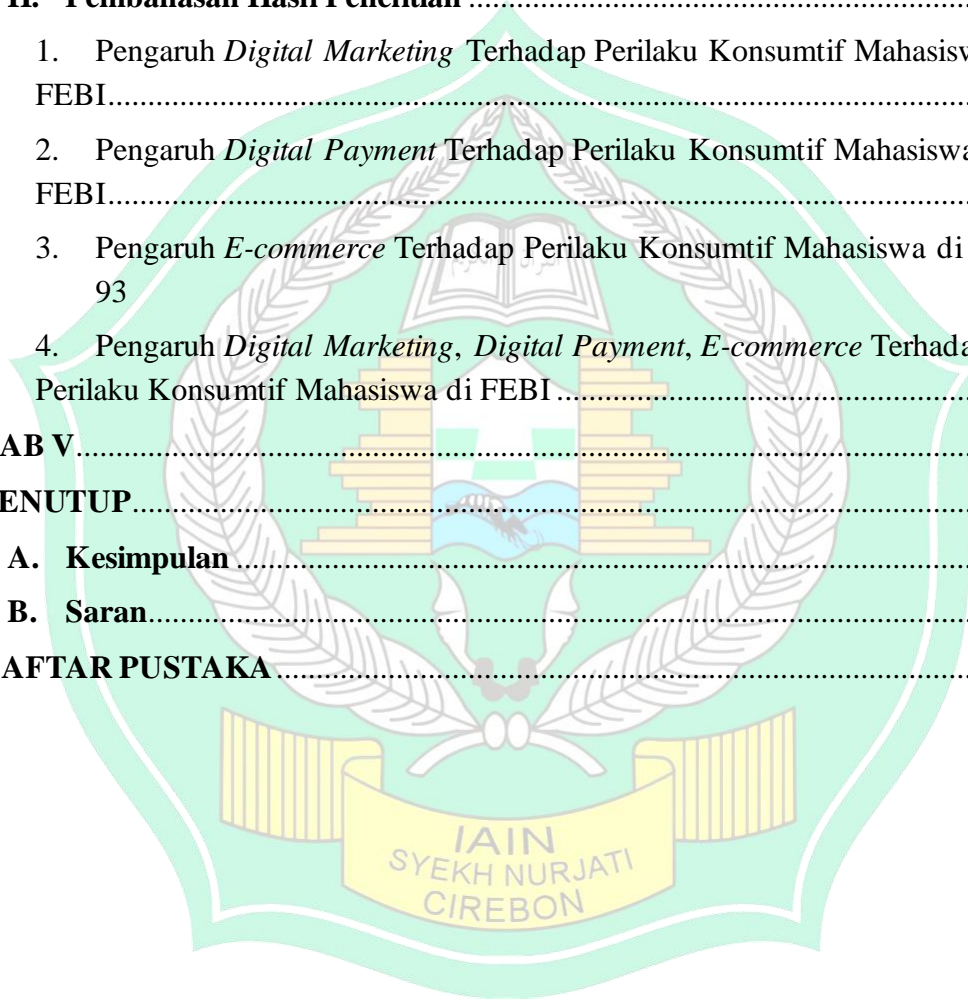
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
1. Identifikasi Masalah	12
2. Pembatasan Masalah	13
C. Tujuan Dan Kegunaan	14
1. Tujuan Penelitian	14
2. Kegunaan Penelitian	14
D. Sistematika Penulisan	15
BAB II	16
LANDASAN TEORI	16
A. Teori Utama (Grand Theory)	16
B. Konsep Perilaku Konsumtif	17

1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	17
2. Dimensi dan Indikator Perilaku Konsumtif.....	19
3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	21
4. Dampak Positif dan Negetif Perilaku Konsumtif	24
C. Konsep <i>Digital Marketing</i>	26
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	26
2. Dimensi <i>Digital Marketing</i>	27
3. Indikator <i>Digital Marketing</i>	29
4. Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	30
5. Kelebihan, Kekurangan dan Manfaat <i>Digital Marketing</i>	32
D. Konsep <i>Digital Payment</i>	32
1. Pengertian <i>Digital Payment</i>	32
2. Dimensi dan Indikator <i>Digital Payment</i>	33
3. Keuntungan dan Kekurangan <i>Digital Payment</i>	36
4. Metode Pembayaran <i>Digital Payment</i>	37
E. Konsep <i>E-commerce</i>	38
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	38
2. Dimensi dan Indikator <i>E-commerce</i>	39
3. Manfaat dan Kekurangan <i>E-commerce</i>	41
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	43
G. Kerangka Pemikiran	45
H. Hipotesis	49
BAB III	51
METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
1. Lokasi Penelitian	51
2. Waktu Penelitian	51
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
1. Jenis Penelitian	51
2. Pendekatan Penelitian.....	52
C. Populasi dan Sampel	52

1. Populasi	52
2. Sampel	53
D. Sumber Data	55
E. Definisi Operasional Variabel	56
F. Teknik Pengumpulan Data	59
G. Teknik Analisis Data	60
1. Analisis deskriptif	60
2. Deskripsi Responden	60
3. Uji Instrumen	61
4. Skala Pengukuran	63
5. Uji Asumsi Klasik	63
6. Analisis Regresi Linear Berganda	65
7. Pengujian Hipotesis	66
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	70
2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	70
3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	71
4. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	71
5. Jumlah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam	71
B. Analisis Deskriptif	72
C. Deskripsi Responden	73
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	74
4. Karakteristik Berdasarkan Uang Saku Perbulan	75
D. Hasil Analisis Data Stastistik	76
1. Uji Validitas	76
2. Uji Reabilitas	78
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	79

1. Uji Normalitas	79
2. Uji Linearitas	80
3. Uji Multikolinearitas	82
4. Uji Heterokedasitas	83
F. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	84
G. Hasil Pengujian Hipotesis	85
H. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEBI.....	88
2. Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEBI.....	91
3. Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEBI 93	93
4. Pengaruh <i>Digital Marketing, Digital Payment, E-commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEBI.....	95
BAB V	97
PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Masyarakat Berbelanja Online Secara Implusif Gen Z.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Metode Pembayaran Yang Paling Banyak digunakan di indonesia....	8
Gambar 1.4 Proyeksi Nilai Transaksi Broto/GMV Ekonomi <i>Digital</i> Indonesia....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa/i Berdasarkan Jurusan.....	52
Tabel 3.2	Klaster Fakultas Ekonomi dan Bisnis Berdasarkan Jurusan.....	52
Tabel 3.3	Pembagian Sampel Penelitian.....	54
Tabel 3.4	Operasional Variabel Penelitian.....	55
Tabel 4.1	Jumlah Mahasaswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2023.....	72
Tabel 4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	73
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	75
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.....	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Digital <i>Marketing</i> (X1).....	76
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Digital Payment (X2).....	77
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce (X3).....	77
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku konsumtif (Y).....	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas.....	79
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas $Y \cdot X_1$	81
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas $Y \cdot X_2$	81
Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas $Y \cdot X_3$	82
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedasitas.....	84
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	84
Tabel 4.18	Hasil Uji T.....	86
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	109
Lampiran 2: Data Responden Validitas dan Reabilitas.....	113
Lampiran 3: Data 100 Responden.....	116
Lampiran 4: Output Uji Validitas.....	127
Lampiran 5: Output Uji Reabilitas	134
Lampiran 6: Tabel R	135
Lampiran 7: Tabel Uji T.....	137
Lampiran 8: SK Pembimbing.....	141
Lampiran 9: Foto Responden yang sedang mengisi kuisisioner.....	142
Lampiran 10: Hasil Turnitin.....	143

