



Skripsi

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LINGKUNGAN SOSIAL
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY
PADA MAHASISWA UM SUMATERA BARAT**

Oleh:

**NAMA : YURIS TARISA
NIM : 21070063
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

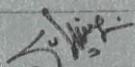
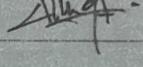
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2025**

PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi pada tanggal 17 Februari 2025.

Judul : Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
Nama : Yuris Tarisa
Nim : 21070063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Usmiar, S.E, M.Si	Ketua	
2.	Leli Suwita, S.E, M.M	Anggota	
3.	Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd	Anggota	
4.	Nurhaida, S.E, M.M	Anggota	

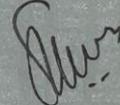
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Usmiar, S.E, M.Si

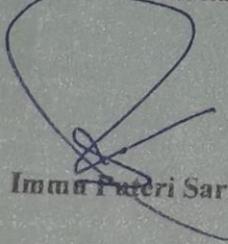
Pembimbing II



Leli Suwita, S.E, M.M

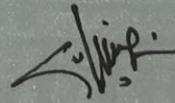
Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi



Imma Fateri Sari, S.E, M.Si

Ketua Prodi Manajemen



Usmiar, S.E, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuris Tarisa
NIM : 21070063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, 17 Februari 2025
Yang menyatakan



Yuris Tarisa
21070063

HAK CIPTA

Hak cipta milik **YURIS TARISA** tahun 2025, dilindungi oleh undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro film* dan lain sebagainya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”*. Peneliti skripsi ini guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Oleh karena itu peneliti sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. ALLAH SWT atas karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kepada Ama tercinta (Yusmanidar) yang selalu menjadi alasan tidak menyerah, tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi dan do'a serta memberikan bantuan materi dan moral hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Ibu Usmiar, SE, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Leli Suwita, SE, MM, selaku Pembimbing II telah banyak memberikan penulis arahan dalam pembuatan skripsi ini, dari segi waktu maupun segi pengetahuan serta memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd selaku Penguji I dan Ibu Nurhaida, SE, MM selaku Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Raftul Fedri, SE, MM selaku dosen penasehat akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, selama proses penulis menyelesaikan studi
6. Ibu Usmiar, SE, M.Si Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Ibu Immu Puteri Sari, SE, M.Si Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
8. Seluruh dosen beserta staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, informasi, dan kontribusi yang besar untuk penulis dalam proses.
9. Kepada Abang Yongki Febriandi dan Istri Diensawitri Iswana yang telah memberikan motivasi, semangat, dan telah memberikan bantuan secara materi dan moral selama penulis menyelesaikan studi.
10. Kepada Adik tersayang Yukentri Siti Melisa dan Yuviza Andira yang telah memberikan motivasi, semangat, dan bantuannya selama penulis menyelesaikan studi
11. Kepada Mak Dang, Mak Ngah, Ibu, Uncu dan Keluarga yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan telah memberikan bantuan secara materi dan moral selama penulis menyelesaikan studi.

12. Kepada BAZNAS RI dan BAZNAS Kabupaten Padang Pariaman telah memberikan penulis bantuan beasiswa biaya Pendidikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
13. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Manajemen 1 Bp.21 atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu Manajemen dan terkhusus bagi penulis.

Padang, 19 Januari 2025
Peneliti

Yuris Tarisa
NIM.21070063

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

YURIS TARISA

NIM : 21070063

Program Studi : Manajemen

Email : yuristarisa845@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Populasi pada penelitian ini mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dari Angkatan 2020-2024 berjumlah 5.248 dengan sampel penelitian berjumlah 157 responden. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data secara teknik *Simple Random sampling* atau sampel acak dan penentu jumlah sampel menggunakan *tabel Yount* (berdasarkan persentase). Alat penelitian ini menggunakan program SPSS 24. Pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan pengujian hipotesis uji t dan Uji F. Hasil dari pembahasan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Karena Gaya Hidup mempunyai $t_{hitung} 11,289 > t_{tabel} 1,655$. Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay. Karena mempunyai $t_{hitung} 2,253 > t_{tabel} 1,655$. Pada pembahasan kedua Gaya Hidup (X_1) dan Lingkungan Sosial (X_2) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y), hal ini dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yang didapatkan lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar $396,875 > 3,06$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan untuk R squarenya yaitu 83,8% dan untuk sisanya 16,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : *Gaya Hidup , Lingkungan Sosial, Minat Penggunaan ShopeePay*

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND SOCIAL ENVIRONMENT ON
INTEREST IN USING SHOPEEPAY ON STUDENTS OF WEST SUMATRA
MUHAMMADIYAH UNIVERSITY***

YURIS TARISA

NIM : 21070063

Study Program: Management

Email : yuristarisa845@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of lifestyle and social environment on interest in using ShopeePay on students of Muhammadiyah University of West Sumatra. This research is a quantitative study by distributing questionnaires. The population in this study were active students of Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat from the Class of 2020-2024 totaling 5,248 with a research sample of 157 respondents. The sample collection technique in this study used data collection methods using Simple Random sampling techniques or random samples and determining the number of samples using the Yount table (based on percentage). This research tool uses the SPSS 24 program. In this study using multiple linear analysis and hypothesis testing t test and F test. The results of the discussion Lifestyle affects the Interest in Using ShopeePay because Lifestyle has t count $11.289 > t$ table 1.655 . Social environment affects the interest in using ShopeePay. Because it has a t count of $2.253 > t$ table 1.655 . In the second discussion, Lifestyle (X_1) and Social Environment (X_2) have an effect on Interest in Using ShopeePay (Y), it can be seen that the calculated F value obtained is greater than the F table value of $396.875 > 3.06$, this shows that there is a joint influence of the independent variables on the dependent variable. As for the R square, it is 83.8% and for the remaining 16.2% is influenced by other variables not included in this research model.

Keywords : *lifestyle, social environment, interest in using ShopeePay*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Minat Penggunaan	11
2.1.2 Minat Penggunaan Shopepay	20
2.1.3 Gaya Hidup	24
2.1.4 Lingkungan Sosial	28
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual.....	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38
3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.1 Sampel	39
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.3.1 Definisi Operasional	40
3.3.2 Pengukuran Variabel	42
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data Penelitian	42
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Analisa Data.....	43
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
3.5.2 Penentuan Tingkat Capaian Responden (TCR).....	45
3.5.3 Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.5 Uji Hipotesis	49

BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat	52
4.1.3 Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat	54
4.1.4 Struktur Organisasi	55
4.1.5 Lokasi Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.....	58
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	59
4.2.1 Karakteristik Responden	59
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.3 TCR (Tingkat Capaian Responden).....	64
4.3.1 Distribusi Pendapat Responde Variabel Minat Penggunaan ShopeePay (Y).....	64
4.3.2 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Gaya Hidup (X1)	65
4.3.3 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Lingkungan Sosial (X2).....	66
4.4 Analasisi Regresi Linier Berganda	68
4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas	68
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	69
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	70
4.5.4 Uji Autokorelasi	71
4.6 Uji Hipotesis.....	72
4.6.1 Uji Parsial (t).....	72
4.6.2 Uji Simultan (F)	74
4.6.3 Koefisien Determinasi (R2)	74
4.7 Pembahasan.....	75
4.7.1 Interprestasi Persamaan Regresi Linier Berganda	75
4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	76
4.7.3 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	78
4.7.4 Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	79
4.7.5 Determinasi Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	81
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Mahasiswa Aktif UM Sumatera Barat	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Penentuan besarnya sampel berdasarkan persentase	40
Tabel 3. 2 Definisi Operasioanl.....	41
Tabel 3. 3 Skala Likert	42
Tabel 3. 4 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR).....	45
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	60
Tabel 4. 3 Uji Validitas	62
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 5 Tabulasi Data Responden Variabel Minat Penggunaan (Y).....	64
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Responden Variabel Gaya Hidup (X ₁).....	65
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Responden Variabel Lingkungan Sosial (X ₂).....	67
Tabel 4. 8 Hasil Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linier Berganda	75

DAFTAR GAMBAR

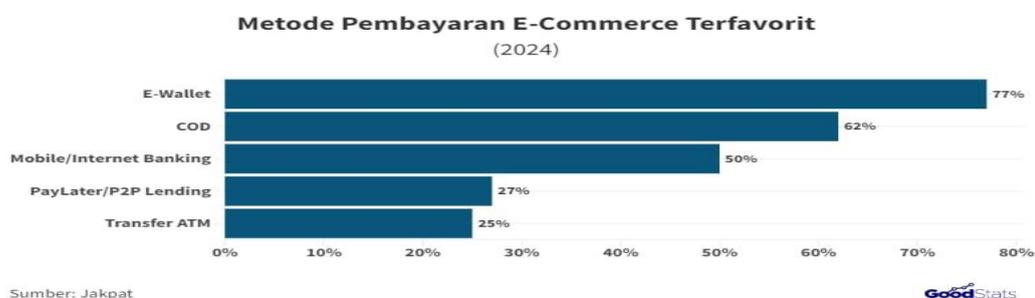
Gambar 1. 1 Metode Pembayaran E-Commerce Terfavorit	1
Gambar 1. 2 Dompot Digital Yang Paling Favorit	2
Gambar 1. 3 Data Menggunakan ShopeePay Sebagai Alat Pembayaran	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	55
Gambar 4. 2 Peta Lokasi	59

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

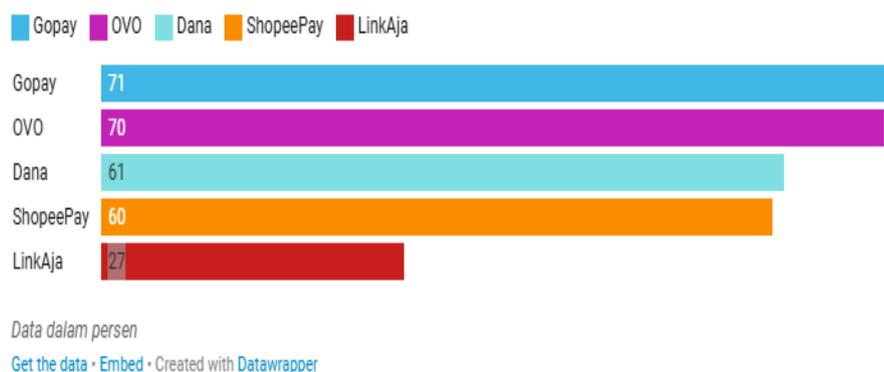
Di era perkembangan digital dan teknologi yang terus berkembang dengan pesat dan selalu mengalami peningkatan, sehingga memberikan dampak pada berbagai aspek kehidupan dan aktivitas sehari-hari. Banyak masyarakat telah mengetahui dan umumnya telah menggunakan internet sebagai alat komunikasi dan mencari informasi. Peningkatan setiap tahunnya, terutama selama pandemi *Covid-19*, menunjukkan peningkatan kepercayaan pada sumber informasi *online*. Kepercayaan seseorang dalam menggunakan internet atau pun aplikasi didukung oleh persepsi kemudahan penggunaan. Keyakinan terhadap penggunaan sistem tertentu tanpa harus menggunakan usaha yang berlebih dan menghemat waktu dapat dibangun melalui kebiasaan bertransaksi secara *online*.

Penggunaan *e-wallet* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan Survei yang dilakukan *Indonesia Fintech Trends 2024* dari Jajak Pendapat (JakPat), sebagai berikut :



Gambar 1. 1
Metode pembayaran e-commerce terfavorit
Sumber: Jakpat 2024

Berdasarkan survei *Indonesia Fintech Trends 2024* dari Jajak Pendapat (JakPat), 77% responden mengaku sudah memiliki atau menggunakan *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet digital merupakan alat pembayaran digital yang terus berkembang hingga saat ini. *E-wallet* menawarkan berbagai transaksi pembayaran, pengelolaan dana, dan transfer uang ke orang lain. Dengan adanya *e-wallet* mempermudah baik transaksi secara *online* ataupun *offline*. Pandemi *Covid-19* menyebabkan pemerintah menerapkan pembatasan kegiatan di luar rumah. Sebagai akibatnya, masyarakat beralih menggunakan pembayaran digital dalam bertransaksi dan berbelanja. Berbagai aplikasi dompet digital seperti: ShopeePay, GoPay, Link Aja, Dana, dan Ovo. Berdasarkan *survey* yang dilakukan Jubelio untuk mensurvei dompet digital paling favorit di Indonesia ditahun 2024 sebagai berikut:



Gambar 1. 2
Dompet Digital Yang Paling Favorit
Sumber: Jubelio 2024

Oleh karena itu, dompet digital semakin populer di kalangan masyarakat. Selain itu, hasil survei *Insight Asia* tentang *E-wallet Industry Outlook 2023* menunjukkan bahwa dari 1.300 warga perkotaan yang disurvei, 74% sudah pernah menggunakan dompet digital. 1.300 orang disurvei di beberapa kota besar seperti

Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru. Jumlah responden adalah 50% pria dan wanita, dengan usia antara 18 dan 55 tahun, dari karyawan swasta hingga pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan data yang dirilis 05 April 2024, Dalam survei penggunaan dompet digital paling favorit di tahun 2024. GoPay menduduki peringkat pertama *survey* paling banyak diminati dengan *persentase* 71% dan ShopeePay menduduki peringkat 4 dengan *persentase* 60%.

Generasi Z sangat menyukai sistem pembayaran *e-wallet* karena banyak manfaatnya dan kemudahan melakukan transaksi dengan *smartphone*. Selain karena manfaat dan kemudahan, fitur yang ditawarkan oleh produk *e-wallet* juga dapat membuat orang lebih tertarik untuk menggunakannya. Manfaat sendiri dapat diartikan sejauh mana penggunaan suatu produk dapat meningkatkan kinerjanya, khususnya dalam hal penggunaan *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet digital memiliki banyak manfaat, seperti membuat transaksi lebih cepat dan lebih efektif, dan banyak lagi.. Mahasiswa disebut juga sebagai generasi z yang merupakan mereka yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010, adalah Mereka dikenal sebagai generasi milenial yang tumbuh di tengah-tengah perkembangan era digital. Salah satu inovasi yang paling signifikan dalam dunia keuangan adalah munculnya *e-wallet*, yang telah menjadi pilihan utama bagi banyak mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan. Mahasiswa banyak menghabiskan waktu di berbagai media sosial dan *mobile banking*, yang membuat mereka lebih mudah menerima teknologi baru, termasuk dompet elektronik.

Gaya Hidup mereka yang serba cepat dan fleksibel mendorong mereka menggunakan dompet digital. *E-wallet* menawarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran, baik untuk belanja *online* maupun *offline*, tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu kredit. Lingkungan Sosial memegang peranan penting dalam membentuk perilaku dan persepsi mahasiswa. Rekomendasi dari teman sebaya, influencer, dan komunitas *online* dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan *e-wallet*. Ketika banyak orang di sekitar mereka menggunakan dompet elektronik, mereka cenderung mengikutinya. Selain itu, interaksi di media sosial sering kali menciptakan tren baru yang mendorong penggunaan teknologi ini. Mereka sangat mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi. Mereka terbiasa dengan pembaruan dan inovasi yang cepat, sehingga lebih mudah untuk menerima dan menggunakan dompet elektronik sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Lingkungan yang mendukung, seperti akses internet yang luas dan penetrasi *smartphone* yang tinggi, juga berperan dalam penggunaan dompet elektronik di antara mereka.

Disini peneliti akan melakukan penelitian pada mahasiswa aktif Angkatan 2020-2024 di kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Tabel 1. 1
Data Mahasiswa Aktif UM Sumatera Barat Angkatan 2020 - 2024

NO	FAKULTAS-JURUSAN	ANGKATAN					TOTAL
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	FAKULTAS AGAMA ISLAM - Bimbingan Konseling Islam	0	36	21	12	15	84
2	FAKULTAS AGAMA ISLAM - Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)	1	16	29	14	19	79
3	FAKULTAS AGAMA ISLAM - Pendidikan Agama Islam	4	28	30	30	29	121
4	FAKULTAS AGAMA ISLAM - Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	1	31	31	31	48	142
5	FAKULTAS AGAMA ISLAM - Pendidikan Bahasa Arab	3	12	19	23	16	73
6	FAKULTAS EKONOMI – Manajemen	7	49	68	46	50	220
7	FAKULTAS EKONOMI – Akuntansi	4	47	30	22	17	120
8	FAKULTAS FARMASI – Farmasi	10	42	31	53	60	196
9	FAKULTAS HUKUM - Ilmu Hukum	51	155	210	153	143	712
10	FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK - Ilmu Politik	4	20	18	11	17	70
11	FAKULTAS KEGURUAN & ILMU PENDIDIKAN - Pendidikan Matematika	6	7	3	6	5	27
12	FAKULTAS KEGURUAN & ILMU PENDIDIKAN - Pendidikan Profesi Guru	0	0	0	5	1408	1413
13	FAKULTAS KEGURUAN & ILMU PENDIDIKAN - Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia	6	11	18	10	8	53
14	FAKULTAS KEGURUAN & ILMU PENDIDIKAN - Pendidikan Bahasa Inggris	2	11	5	10	14	42
15	FAKULTAS KEHUTANAN – Kehutanan	24	36	44	32	30	166
16	FAKULTAS KESEHATAN - Administrasi Rumah Sakit	0	9	60	23	20	112
17	FAKULTAS KESEHATAN - Ilmu Keperawatan	0	28	47	27	51	153
18	FAKULTAS KESEHATAN - Profesi Ners	0	1	0	10	4	15
19	FAKULTAS KESEHATAN – Kebidanan	0	4	20	12	12	48
20	FAKULTAS PARIWISATA - Usaha Perjalanan Wisata	1	30	13	11	13	68
21	FAKULTAS PARIWISATA – Perhotelan	3	19	30	23	9	84
22	FAKULTAS PERTANIAN – Agribisnis	12	25	15	11	11	74

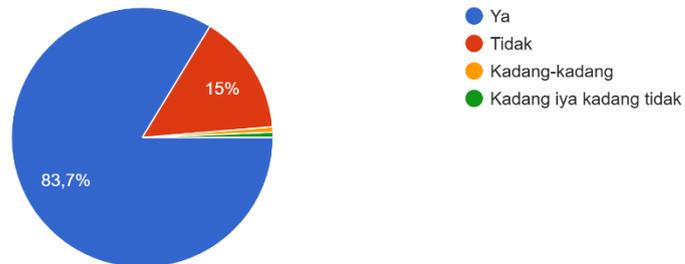
23	FAKULTAS PERTANIAN – Agroteknologi	9	35	23	11	5	83
24	FAKULTAS TEKNIK - Teknik Elektro	8	39	40	34	36	157
25	FAKULTAS TEKNIK - Teknik Mesin	6	35	58	29	46	174
26	FAKULTAS TEKNIK - Teknik Sipil	36	101	104	98	92	431
27	PROGRAM PASCASARJANA - Ilmu Pertanian	0	0	10	10	4	24
28	PROGRAM PASCASARJANA - Studi Islam	0	0	0	33	39	72
29	PROGRAM PASCASARJANA - Pendidikan Agama Islam	2	8	22	92	111	235
Jumlah Total							5248

Sumber: Rektorat UM Sumatera Barat 2024

Berdasarkan data tabel diatas jumlah mahasiswa aktif Angkatan 2020 – 2024 sebanyak 5.248 mahasiwa. Berdasarkan hasil kuesioner awal yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat melalui *google form* pada 28 september 2024 dengan jumlah mahasiswa terjaring pada penyebaran kuesinor awal sebanyak 153 responden.

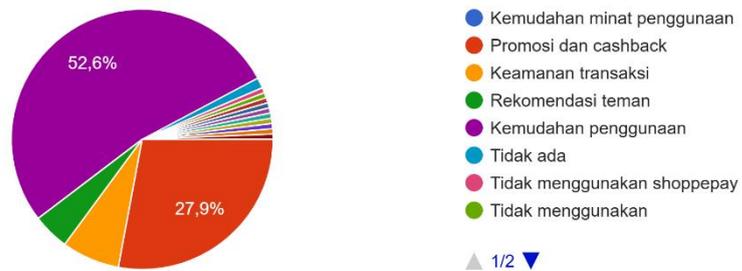
Apakah anda menggunakan shopeepay ?

153 jawaban



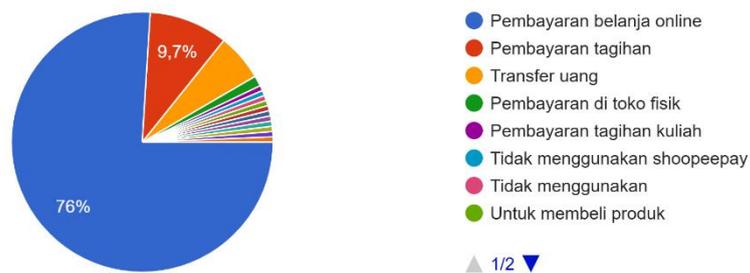
Apa yang menjadi alasan utama Anda menggunakan ShopeePay? (Pilih satu atau lebih)

150 jawaban



Untuk tujuan apa Anda biasanya menggunakan ShopeePay? (Pilih satu atau lebih)

150 jawaban



Gambar 1. 3
Data Menggunakan ShopeePay Sebagai Alat Pembayaran
Sumber: Data diolah menggunakan kuisoner 2024

Berdasarkan data diatas dari hasil kuesioner yang terjaring 153 responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat mendominasi menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran dengan *persentase* 83,7 %

dengan alasan menggunakan ShopeePay untuk kemudahan Minat Penggunaan dengan *persentase* 52,6 % serta tujuan mereka menggunakan ShopeePay untuk pembayaran belanja *online* dengan *persentase* 76 %. Jadi berdasarkan data diatas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat mendominasi menggunakan ShopeePay untuk kemudahan Minat Penggunaan dalam pembayaran belanja *online*.

Berdasarkan data tersebut tujuan dan alasan seseorang menggunakan *e-wallet* itu berbeda- beda walaupun berdasarkan data responden mahasiswa UM Sumatera Barat menggunakan *e-wallet* ShopeePay untuk kemudahan penggunaannya dan mayoritas untuk pembayaran *online*, sehingga Gaya Hidup seseorang dalam menggunakan *e-wallet* tidak sama menyesuaikan pendapatan, *lifestayle* dan wilayah tempat tinggal yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *e-wallet*, bahkan Lingkungan Sosial membentuk pandangan seseorang dalam menggunakan *e-wallet* dan setiap orang di kelilingi Lingkungan Sosial berbeda -beda baik keluarga , teman sebaya , masyarakat dan sebagainya.

Dengan latar belakang tersebut , penelitian ini bertujuan untuk mengkaji adakah keterkaitan pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay. Maka dari itu saya tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ ***Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat ?.
2. Apakah Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat ?.
3. Apakah Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan ShopeePay mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai upaya untuk memahami, menambah, dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang di kaji dalam penelitian ini, dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Strata-1 (S1) di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

2. Bagi Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan pengetahuan, informasi, dan tambahan referensi di lingkungan akademik, serta dapat digunakan sebagai acuan bagi mahasiswa untuk membuat penelitian lanjutan.

3. Bagi Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam meningkatkan penggunaan ShopeePay di kalangan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat Penggunaan

2.1.1.1 Pengertian Minat Penggunaan

Salah satu faktor yang memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku konsumen adalah minat, yang juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukannya.

Menurut Kotler dan Keller (2007: 357), minat (*interest*) adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi tersebut, minat muncul setelah menerima stimulus dari produk yang dilihatnya, diikuti oleh minat untuk mencoba produk tersebut dan terakhir keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut.

Menurut Fatmawati dalam Joan dan Sitinjak (2019), mendefinisikan minat menggunakan adalah niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan tersebut.

Menurut Davis dkk. (2017) mendefinisikan minat perilaku sebagai “seberapa kuat minat seseorang dalam melakukan perilaku tertentu”.

Berdasarkan definisi di atas Minat Penggunaan berfokus pada suatu niat yang timbul dari setiap individu dalam menggunakan suatu benda/alat/aplikasi tertentu untuk melakukan transaksi ekonomi atau kegiatan umum lainnya.

2.1.1.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008) faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi utama lainnya, seorang anak yang tumbuh di negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain dan ritual. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru. Indikator dari faktor budaya yaitu Subbudaya dan kelas sosial yang sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2008).

a. Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika subbudaya tumbuh besar dan cukup kaya, perusahaan sering merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka (Kotler & Keller, 2008).

b. Kelas Sosial

Hampir seluruh kelompok manusia mengalami stratifikasi sosial, sering kali dalam bentuk kelas sosial, divisi yang relatif homogen

dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama (Kotler & Keller, 2008).

2. Faktor Sosial

Menurut Kotler & Keller (2008) indikator dari faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan. Kelompok Keanggotaan terdiri dari dua meliputi kelompok primer yaitu dengan siapa seseorang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi (keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja) dan kelompok sekunder yaitu cenderung lebih resmi dan memerlukan interaksi yang kurang berkelanjutan (agama, profesional dan kelompok persatuan perdagangan) (Kotler & Keller, 2008).

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada keluarga dalam kehidupan pembeli yaitu keluarga orientasi (orang tua dan

saudara kandung) dari orang tua, seseorang mendapatkan orientasi terhadap agama, politik dan ekonomi serta rasa ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Selanjutnya pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian setiap hari adalah keluarga prokreasi (pasangan dan anak-anak). Pengaruh langsung menggambarkan saran, permintaan dan tuntutan anak-anak (Kotler & Keller, 2008).

c. Peran dan Status

Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status. Seseorang akan memilih produk yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran mereka serta status aktual atau status yang diinginkan dalam masyarakat. Pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produk dan merek (Kotler & Keller, 2008).

3. Faktor Pribadi

Menurut Kotler & Keller, (2008) keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, indikator dari faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta Gaya Hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama.

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu. Pemasar harus memperhitungkan kejadian atau transisi hidup yang akan memunculkan kebutuhan baru (Kotler & Keller, 2008).

b. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsi, misalnya pekerja konstruksi sering mendapat makan siang dari catering yang datang ke tempat kerja. Pekerja kantor membawa makan siangnya dari rumah atau membeli dari restoran terdekat. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seperti penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, stabilitas dan pola waktu), tabungan, aset, utang, kekuatan pinjaman dan sikap terhadap pengeluaran tabungan (Kotler & Keller, 2008).

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian). Kita sering menggambarkannya sebagai sifat seperti kepercayaan diri, dominasi, rasa hormat,

otonomi, pertahanan, kemampuan bersosialisasi, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Konsumen sering memilih dan menggunakan merek yang mempunyai kepribadian merek yang konsisten dengan konsep diri mereka sendiri (Kotler & Keller, 2008).

d. Gaya Hidup dan Nilai

Orang-orang dari subbudaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai Gaya Hidup yang berbeda. Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat. Menurut Kotler dan Keller (2008), Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui minat, aktivitas, dan opininya. Dimana dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup seseorang dapat dilihat melalui aktivitas rutin yang dilakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal yang ada pada sekitarnya, dan seberapa jauh mereka peduli mengenai hal itu, serta bagaimana individu tersebut memikirkan mengenai dirinya sendiri dan juga dunia luar.

4. Faktor Psikologis

Menurut Kotler & Keller (2008) titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah model respons rangsangan. Rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu

menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian.

Indikator dari proses psikologi yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori yang mempengaruhi respon konsumen :

a. Motivasi

Kebutuhan menjadi motif ketika kebutuhan itu meningkat sampai tingkat intensitas yang cukup sehingga mendorong untuk bertindak. Motivasi mempunyai dua arah yaitu memilih satu tujuan di atas tujuan lainnya dan intensitas, energi yang digunakan untuk mengejar tujuan (Kotler & Keller, 2008).

b. Persepsi

Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Persepsi adalah proses di mana memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi setiap diri seseorang. (Kotler & Keller, 2008).

c. Pembelajaran

Pembelajaran mendorong perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku konsumen dipelajari, meskipun sebagian besar pembelajaran itu tidak

disengaja. Ahli teori pembelajaran percaya bahwa pembelajaran dihasilkan melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, repons dan penguatan (Kotler & Keller, 2008).

d. Memori

Memori adalah proses yang sangat konstruktif, karena seseorang tidak mengingat informasi dan kejadian secara lengkap dan akurat. Sering seseorang mengingat beberapa keping dan potong dan mengisi sisanya berdasarkan hal lain yang diketahui. Konsumen bisa mengingat pengalamandengan sebuah merek secara berbeda dari fakta sebenarnya akibat adanya kejadian lain (Kotler & Keller, 2008).

2.1.1.3 Indikator Minat Penggunaan

Menurut Pratiwi dkk dalam Joan dan Sitinjak (2019) terdapat tiga indikator minat menggunakan diantaranya sebagai berikut:

1. Akan bertransaksi

Aspek ini merujuk pada niat konsumen untuk melakukan transaksi menggunakan sistem pembayaran tertentu. Menurut teori perilaku konsumen, niat untuk bertransaksi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan penggunaan, keamanan, dan manfaat yang dirasakan dari sistem pembayaran tersebut. Ketika konsumen merasa nyaman dan percaya terhadap sistem pembayaran, mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan

transaksi sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk bertransaksi.

2. Akan merekomendasikan

Aspek ini merujuk pada niat konsumen untuk melakukan transaksi menggunakan sistem pembayaran tertentu. Menurut teori perilaku konsumen, niat untuk bertransaksi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan penggunaan, keamanan, dan manfaat yang dirasakan dari sistem pembayaran tersebut. Ketika konsumen merasa nyaman dan percaya terhadap sistem pembayaran, mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan transaksi. Hal ini sejalan dengan respon dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk bertransaksi. Aspek ini mencerminkan keinginan konsumen untuk merekomendasikan sistem pembayaran kepada orang lain. Rekomendasi dari pengguna yang puas dapat berfungsi sebagai bentuk promosi yang efektif, karena orang cenderung mempercayai pendapat dari teman atau keluarga mereka. Menurut teori pemasaran, kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Ini juga berkaitan dengan konsep *word-of-mouth*, di mana pengalaman pengguna dapat mempengaruhi keputusan orang lain untuk menggunakan sistem pembayaran yang sama.

3. Akan terus menggunakan

Aspek ini menunjukkan komitmen konsumen untuk terus menggunakan sistem pembayaran dalam jangka panjang. Niat untuk terus menggunakan suatu layanan dipengaruhi oleh kepuasan pengguna, pengalaman, dan nilai yang dirasakan dari layanan tersebut. Jika konsumen merasa bahwa sistem pembayaran memberikan manfaat yang konsisten dan memenuhi kebutuhan mereka, mereka akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya. Hal ini juga berkaitan dengan teori menggunakan teknologi, di mana pengguna yang puas akan lebih mungkin untuk tetap menggunakan teknologi tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

2.1.2 Minat Penggunaan Shopepay

2.1.2.1 Pengertian Minat Penggunaan ShopeePay

Pada penelitian ini, niat menggunakan ShoppePay yang merupakan aplikasi pembayaran yang bersifat *mobile (mobile payment / m-payment)* atau juga dikenal sebagai uang elektronik (*e-money*), maka niat yang dimaksud lebih cocok dipandang sebagai niat untuk menggunakan kembali ShopeePay serta menginformasikan pengalamannya kepada pihak lain. Menggunakan kembali dalam hal ini sebagai tindakan untuk melakukan kembali transaksi pembayaran menggunakan platform ShopeePay atas kegiatan belanja mereka pada *marketplace* misal Shopee dan membayarnya menggunakan ShopeePay. Seperti pernah disampaikan sebelumnya bahwa niat dapat didekati dari niat untuk bertransaksi,

niat untuk mereferensikan kepada orang lain, niat memberi keutamaan, dan niat untuk mencari dan mendalami informasi (Ramadhan et al., 2016).

2.1.2.2 Faktor Faktor Mempengaruhi Minat Penggunaan ShopeePay

Faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran adalah (Suwandi dan Elvira, 2018):

1. **Budaya.** mengacu pada variasi antara nilai-nilai, keyakinan dan motivasi dari berbagai kelompok.
2. **Keamanan** yang dirasakan (*Perceived Security*) diartikan sebagai keyakinan bahwa vendor *online* akan memenuhi persyaratan keamanan. Perlindungan dirasakan informasi pribadi adalah persepsi konsumen mengenai sejauh mana informasi pribadi atau pribadi mereka dilindungi oleh vendor *online*. Ini berarti bahwa konsumen akan melihat risiko yang lebih besar jika sistem untuk perlindungan informasi pribadi tidak mapan dengan vendor.
3. **Kinerja** yang diharapkan menunjukkan sejauh mana konsumen percaya bahwa penggunaan sistem pembayaran elektronik akan membantu dan memberikan manfaat saat melakukan transaksi *online*, misalnya dalam hal kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bertransaksi. Kinerja yang diharapkan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka menjadi lebih produktif dan memprediksi niat mereka dengan baik.

4. **Ekspektasi bisnis** yaitu sebagai tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen saat menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk transaksi *online* di situs e-commerce. Dia juga menangani sistem yang mudah dimengerti dan digunakan tanpa keahlian khusus. Harapan Usaha (*Effort Expectation*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan sistem. Harapan bisnis berkaitan dengan bagaimana membuat sistem lebih mudah digunakan orang.
5. **Pengaruh sosial** (*social influence*) adalah pengaruh yang dirasakan orang lain penting yang mendorong konsumen untuk menggunakan sistem *electronic payment* dalam transaksi. Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sebagai derajat yang seorang individu merasakan bahwa orang lain percaya ia harus menggunakan sistem baru.
6. **Kondisi memfasilitasi** (*facilitating condition*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa organisasi dan infrastruktur teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. Kondisi memfasilitasi (*facilitating condition*) didasari oleh pandangan konsumen atas sumber daya dan dukungan dalam menggunakan teknologi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan sistem pembayaran ShopeePay sebagai dompet digital. Peneliti memfokuskan lima variabel yang mempengaruhi Minat Penggunaan sistem pembayaran ShopeePay

sebagai dompet digital, yaitu: persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan *new normal life* (Fitriawibowo & Kusumawati, 2024)

1. **Persepsi kemanfaatan** sebagai keyakinan akan adanya kemanfaatan, yang dimana konsumen percaya bahwa penggunaan sistem atau teknologi baru akan meningkatkan kinerja untuk bekerja para konsumen.(Hafifah et al., 2022).
2. **Persepsi kemudahan** yang dimana seseorang yakin bahwa untuk menggunakan suatu teknologi itu harus mudah dioperasionalisasikan dan fleksibel. (Priskila, 2018).
3. **kepercayaan** adalah konsumen yang bersedia untuk melakukan dan menerima transaksi *online* berdasarkan keinginan mengenai perilaku yang positif untuk berbelanja pada masa yang akan datang. Pengguna akan semakin percaya kepada suatu sistem/aplikasi jika aplikasinya mudah dan jelas, pengelola sistem mempunyai nama, terkenal, jujur, dan mematuhi aturan.
4. **Persepsi *new normal life*** adalah perubahan perilaku untuk tetap melakukan aktivitas normal dengan tambahan melakukan anjuran protokol kesehatan untuk membantu tidak terjadinya penularan *Covid-19*. Ketua Tim Pakar Gugus Percepatan Penanganan *Covid-19* menyebutkan masyarakat sebisa mungkin mulai beradaptasi dalam kebiasaan hidup yang baru atau disebut persepsi *new normal life*. User memiliki perubahan kebiasaan dan keinginan, serta kegiatan/tingkat belanja yang berbeda

sehingga frekuensi penggunaan *e-commerce* dan dompet digital semakin sering.

2.1.3 Gaya Hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 150) Gaya Hidup dapat dilihat melalui perilaku yang dilakukan oleh setiap individu dalam melakukan berbagai kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang dan jasa. Gaya Hidup ini mencerminkan cara seseorang membuat pilihan dalam konsumsi yang menggambarkan kepribadian, nilai, serta preferensi mereka dalam menggunakan barang atau layanan tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2008:175), Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui minat, aktivitas, dan opininya. Dimana dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup seseorang dapat dilihat melalui aktivitas rutin yang dilakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal yang ada pada sekitarnya, dan seberapa jauh mereka peduli mengenai hal itu, serta bagaimana individu tersebut memikirkan mengenai dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Menurut Laksono dan Iskandar (2018:157), Gaya Hidup adalah sikap seseorang dalam menggambarkan suatu masalah sebenarnya yang ada didalam pikiran seseorang tersebut serta cenderung bergabung dengan berbagai hal terikat dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa juga dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu objek.

Menurut Wibowo dan Riyadi (2017), Gaya Hidup adalah *lifestyle related to how people live, how they spend their money, and how they allocate their time. Life-style mais concern the overt actions and behaviors of consumers*” yang bisa didefinisikan “Gaya Hidup berkaitan dengan bagaimana cara orang hidup, bagaimana mereka menghabiskan uang mereka, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya Hidup perhatian utama tindakan terbuka dan perilaku konsumen”.

Berdasarkan defenisi di atas Gaya Hidup adalah bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya dalam kegiatan, hobi dan pemikirannya di kehidupan seseorang tersebut dan yang terkhusus bagaimana mereka dalam mencerminkan kedudukan seseorang di lingkungan hidupnya.

2.1.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 154) ada bebrapa faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup seseorang, antara lain:

1. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan pikiran yang akan dipersiaplkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang akan di organisasikan melalui pengalaman ataupun mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang.

2. Pengalaman atau Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi sosial dalam tingkah laku. Pengalaman dapat diperoleh dari masa lalu melalui tindakan yang

pernah dilakukan dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar pasti akan dapat pengalaman.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4. Konsep Diri

Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal sangat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan citra merek yang bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.

5. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap keinginan merupakan contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan keinginan itu besar maka akan membentuk Gaya Hidup yang cenderung mengarah kepada Gaya Hidup yang hedon.

6. Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti.

2.1.3.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller (2008:175) menyatakan bahwa Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini.

1. Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas ini dapat berupa kerja, hobi, kegiatan sosial, hiburan, anggota klub, masyarakat, belanja dan olahraga. Aktivitas konsumen merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya aktivitas konsumen, perusahaan dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh pasar sasarnya, sehingga mempermudah perusahaan untuk menciptakan strategi-strategi dari informasi yang didapatkan tersebut. Dengan kata lain, perusahaan dapat menghasilkan produk yang dapat menunjang aktivitas keseharian serta Gaya Hidup yang dimiliki konsumen.

2. Minat (*interest*)

Minat atau ketertarikan setiap manusia berbeda-beda. Adakalanya manusia tertarik pada makanan, adakalanya manusia tertarik pada model pakaian, dan sebagainya. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami minat dan hasrat para pelanggannya. Dengan memahami minat pelanggannya, dapat memudahkan perusahaan untuk menciptakan konsep pemasar guna

mempengaruhi proses pembelian pada pasar sasaran. Sehingga konsumen akan menyukai produk yang ditawarkan.

3. Opini (*Opinion*)

Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Seperti konsumen memiliki pendapat bahwa produk yang digunakan dapat memberikan manfaat untuknya di zaman sekarang ini.

2.1.4 Lingkungan Sosial

2.1.4.1 Pengertian Lingkungan Sosial

Menurut Kotler dan Keller (2008: 170), Lingkungan Sosial adalah konteks sosial di mana individu berinteraksi dan membentuk perilaku, nilai, serta preferensi mereka. Lingkungan Sosial meliputi pengaruh dari keluarga, kelompok referensi, peran, status, serta budaya dan sub-budaya yang ada di sekitar individu. Faktor-faktor ini secara bersama-sama membentuk keputusan dan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pilihan konsumsi.

Menurut Nuraini dan Najib (2015), Lingkungan Sosial terdiri dari beberapa indikator penting seperti: budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi yang mempengaruhi perilaku individu, terutama dalam konteks keputusan pembelian.

Berdasarkan defenisi diatas Lingkungan sosial adalah individu atau kumpulan lain yang berada didekat kehidupan masyarakat,, tetangga, teman-teman termasukpun orang beda disekitarnya yang belum dikenal atau masyarakat umum diluar lingkungan sekitar.

2.1.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Lingkungan Sosial

Menurut Kotler dan Keller (2008:170), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi Lingkungan Sosial individu, antara lain:

- 1. Keluarga** adalah pengaruh utama dalam Lingkungan Sosial individu karena sejak kecil, seseorang menerima nilai-nilai, kebiasaan, dan sikap dari keluarga. Pengaruh keluarga cenderung membentuk perilaku, kepercayaan, dan Gaya Hidup yang bertahan lama.
- 2. Kelompok referensi**, seperti teman, kolega, dan komunitas, memberikan pengaruh signifikan karena seseorang cenderung beradaptasi dengan norma atau harapan kelompok. Kelompok referensi ini memengaruhi preferensi produk, Gaya Hidup, dan cara berperilaku.
- 3. Status Peran Sosial** Setiap individu memiliki peran tertentu dalam masyarakat (misalnya sebagai pelajar, pekerja, atau anggota komunitas) yang membawa status sosial tertentu. Peran dan status ini memengaruhi cara seseorang bertindak, memilih produk, dan mengekspresikan dirinya.

4. **Budaya** adalah faktor sosial yang paling dasar, memengaruhi kepercayaan dan perilaku individu. Dalam budaya yang lebih besar, terdapat sub-budaya yang juga memiliki pengaruh pada Gaya Hidup dan pilihan konsumen, seperti etnis, agama, dan kelompok sosial lainnya.
5. **Kelas sosial**, yang didasarkan pada pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, juga memengaruhi preferensi dan perilaku individu. Orang dalam kelas sosial yang sama cenderung memiliki nilai, minat, dan Gaya Hidup yang mirip.

2.1.4.3 Indikator Lingkungan Sosial

Adapun indikator Lingkungan Sosial menurut Kotler dan Keller (2008) adalah:

1. **Kelompok acuan** yaitu kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung sikap atau perilaku seseorang.
2. **Keluarga** adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama.
3. **Peran dan status** .Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO	Penulis	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yugi Setyarko, Agus Sriyanto (2023)	Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> LinkAja	X1: Promosi X2:Persepsi Manfaat X3:Gaya Hidup Y:Minat Penggunaan	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan <i>accidental sampling</i> . metode. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 25.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap minat pakai, sedangkan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat pakai.
2	Yernada Desi Kurnia Sari, Susan Novitasari Khadijah, Dini Kusumaningrum (2022)	Pengaruh penggunaan <i>e-wallet</i> dan Gaya Hidup terhadap <i>spending behavior</i> pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas gresik	X1:Penggunaan <i>E-Wallet</i> X2:Gaya Hidup Y:Spending Behavior	Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode <i>non-probability sampling</i> dengan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan	Hasil dari penelitian ini adalah Variabel Penggunaan <i>E-wallet</i> dan Gaya Hidup secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap <i>Spending Behavior</i> pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

				<p>tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS</p>	Universitas Gresik.
3	Sri Wahyuni Zanra,Sufnira yanti Sufnirayanti (2024)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS (The Influence of Perceived Convenience, Social Environment and Financial Literacy on Interest in Using QRIS)	X1:Persepsi Kemudahan X2:Lingkungan Sosial X3:Literasi Keuangan X4:Keamanan Y:Minat Penggunaan QRIS	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, Lingkungan Sosial, dan literasi keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM di Kota</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Penggunaan di kalangan pelaku UMKM di Kota Pekanbaru, di mana semakin mudah pengguna merasa dalam menggunakan</p>

				<p>Pekanbaru.dan Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang pernah bertransaksi menggunakan QRIS. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, yang merupakan 10 kali jumlah variabel yang diteliti (5 variabel). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling menggunakan teknik sampling insidental.</p>	<p>QRIS, semakin besar minat mereka untuk mengadopsiny a. Selain itu, Lingkungan Sosial juga berkontribusi positif terhadap Minat Penggunaan QRIS, dengan dukungan dari keluarga dan teman yang meningkatkan ketertarikan pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran ini. Literasi keuangan terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan QRIS,</p>
4	<p>Agung Dwi Cahyo,Ratih Tresnati, Dedy Ansari Harahap (2022)</p>	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> ShopeePay</p>	<p>X1:Persepsi Kemudahan X2: Promosi Y:Minat Penggunaan</p>	<p>Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Populasi pada penelitian ini</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan. Kemudian Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap</p>

				adalah masyarakat kota Bandung yang menggunakan e-money dan didapatkan sampel sebanyak 205 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis deksriptif dan verifikatif menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.	Minat Penggunaan. Serta Persepsi Kemudahan dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan E-money ShopeePay pada masyarakat Kota Bandung
5	Fitri Mawardani, Renny Dwijayanti (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee	X1:Persepsi Kemudahan X2:Promosi Cashback Y: Minat Menggunakan	penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan jumlah populasi yakni 1082 mahasiswa di jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2017-2020. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan promosi cashback berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan dompot digital ShopeePay pada mahasiswa.

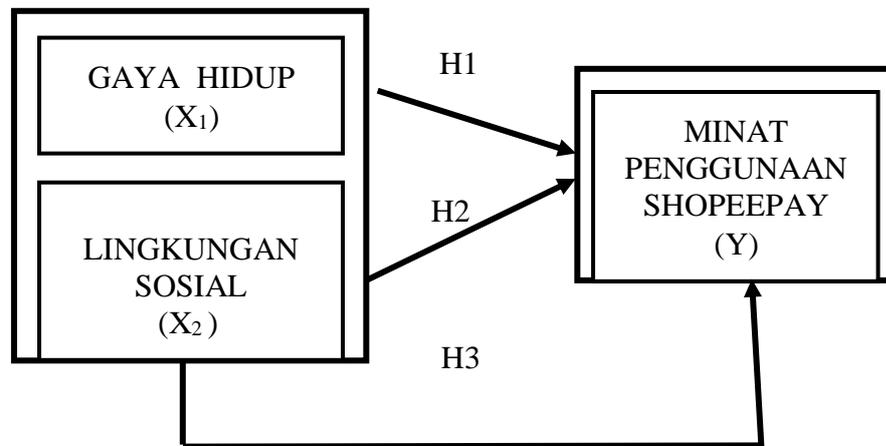
				menggunakan 92 orang responden dengan menyebarkan kuesioner secara <i>online</i> yang berupa google formulir. Pengolahan data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 22.	
6	Puji Lestari, (2024)	Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam	X1: Lingkungan Sosial X2 : Gaya Hidup Y: Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater	Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif dengan teknik kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada populasi mahasiswa ITB AAS Indonesia, khususnya yang berada di fakultas ekonomi dan prodi ekonomi syariah. Sampel diambil dari populasi yang representatif,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater. Secara khusus, pengaruh Lingkungan Sosial terbukti tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa

				<p>dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna Shopee Paylater di kalangan mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS</p>	<p>meskipun mahasiswa memiliki banyak relasi, hal tersebut tidak mengubah pandangan dan sikap mereka dalam berbelanja. Sebaliknya, Gaya Hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana mahasiswa dengan Gaya Hidup yang lebih glamor cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.</p>
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Kumpulan Jurnal dan Berbagai Artikel

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2017:60) Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Oleh karena itu kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual
Sumber : Penelitian 2024

Keterangan

X₁ : Gaya Hidup

X₂ : Lingkungan Sosial

Y : Minat Penggunaan

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017 : 63) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar 2.1, maka dapat ditetapkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ Diduga Gaya Hidup (X₁) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y)

H₂ Diduga Lingkungan Sosial (X₂) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y)

H₃ Diduga Gaya Hidup (X₁) dan Lingkungan Sosial (X₂) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay(Y)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian menggunakan Teknik analisis data dengan penelitian kuantitatif menggunakan *statistic deskriptif*. Menurut Sugiyono (2017:147) *statistic deskriptif* adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Waktu Penelitian 28 September 2024 sampai 17 Februari 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan. Penelitian ini melibatkan 5.248 mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dari Angkatan 2020–2024

3.2.1 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017: 81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* atau sampling acak. Menurut Sugiyono (2017:82) *Simple Random sampling* atau sampling acak adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Pada penelitian ini sampel yang diambil mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera barat tanpa memperhatikan tingkatan strata mahasiswa tersebut.

Menurut Arikunto (2006), tabel Yount digunakan sebagai pedoman dalam menentukan jumlah sampel berdasarkan persentase populasi. Tabel ini mempermudah peneliti untuk menetapkan ukuran sampel yang mewakili populasi, terutama dalam penelitian yang melibatkan populasi besar. Tabel tersebut mengelompokkan populasi ke dalam beberapa rentang ukuran, dengan persentase tertentu yang dapat digunakan untuk menentukan besar sampel. Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi mahasiswa angkatan 2020-2024 sebanyak 5.248 mahasiswa. Untuk menentukan sebuah jumlah ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, menggunakan tabel berikut ini:

Tabel 3. 1
Tabel Yount (berdasarkan persentase)

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0-100	100%
101-1000	10%
1.001-5.000	5%
5.001-10.000	3%
>10.000	1%

Sumber: Arikunto(2006)

Berdasarkan tabel diatas, jika populasi 5.001-10.000 dapat menggunakan 3% dari populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 5.248 mahasiswa aktif. Jadi, 3% dari populasi, yaitu 157 responden. Maka sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 157 mahasiswa aktif Unversitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017: 68) definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dua variabel yang mempengaruhi penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel independen adalah Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial, sedangkan variabel dependen adalah Minat Penggunaan ShopeePay. Dalam penelitian ini, defenisi operasional berikut digunakan:

Tabel 3. 2
Definisi Operasioanl

Variabel	Konsep Variabel	Indikator Variabel	Ukuran
Minat Penggunaan ShopeePay (Y)	Menurut Fatmawati dalam Joan danSitinjak(2019),mendefinisikan minat menggunakan adalah niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi sehingga,kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan bertransaksi 2. Akan merekomenda sikan 3. Akan terus menggunakan 	Skala Likert
Gaya Hidup (X ₁)	Menurut Kotler dan Keller (2008:175), Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui minat, aktivitas, dan opininya. Dimana dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup seseorang dapat dilihat melalui aktivitas rutin yang dilakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal yang ada pada sekitarnya, dan seberapa jauh mereka peduli mengenai hal itu, serta bagaimana individu tersebut memikirkan mengenai dirinya sendiri dan juga dunia luar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Activity</i> (Aktifitas) 2. <i>Interest</i> (Minat) 3. <i>Opinion</i> (Pandangan seseorang terhadapdiri sendiri dan orang lain) 	Skala Likert
Lingkungan Sosial (X ₂)	Menurut Kotler dan Keller (2008: 170), Lingkungan Sosial adalah konteks sosial di mana individu berinteraksi dan membentuk perilaku, nilai, serta preferensi mereka. Lingkungan Sosial meliputi pengaruh dari keluarga, kelompok referensi, peran, status, serta budaya dan sub-budaya yang ada di sekitar individu. Faktor-faktor ini secara bersama-sama membentuk keputusan dan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pilihan konsumsi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelompok acuan . 2. Keluarga 3. Peran dan status 	Skala Likert

Sumber : Buku dan Jurnal

3.3.2 Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, Skala Likert digunakan. Menurut Sugiyono (2017:93), skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikan skor poin untuk setiap item yang dijawab menggunakan Skala Likert. Setiap jawaban responden menerima skor berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Nertal (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:94)

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 225) Data primer yaitu sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi,wawancara, kuesioner ,dokumentasi dan gabungan keempatnya.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 225) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017: 147) mendefinisikan dokumentasi sebagai proses pengumpulan data melalui sumber tertulis seperti arsip, buku, teori, dalil, atau sumber yang relevan. Untuk mendapatkan penjelasan dan penjelasan tentang bukti yang mendukung penelitian ini, dokumen ini digunakan.

3.5 Teknik Analisi Data

Menurut Sugiyono (2017:147) Metode Analisis Data Kuantitatif adalah bersifat deskriptif yaitu mempunyai tugas mengorganisasikan dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa atau suatu keadaan, sehingga dapat ditak pengertian atau makna tertentu. Adapun teknik analisis yang digunakan peneliti yaitu: Regresi Linier Berganda.

3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:121), hasil penelitian hanya dapat dianggap valid jika ada kesamaan antara data yang dikumpulkan dan data nyata tentang subjek penelitian. Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data (mengukur) dianggap valid jika alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan valid jika alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas juga menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Jika hubungan dua variabel tidak linear, koefisien korelasi individu tidak mencerminkan kekuatan hubungan kedua variabel, bahkan jika hubungannya kuat.

Dalam situasi seperti ini, diperlukan perbedaan antara hasil penelitian yang dapat dipercaya dan valid. Hasil penelitian hanya dapat dianggap valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dan data nyata tentang objek penelitian. Menurut Sugiyono (2017:122), valid berarti alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji signifikansi koefisien korelasi, yang dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, biasanya digunakan untuk menentukan apakah suatu item layak untuk digunakan atau tidak. Sebuah item dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total. Apabila nilai r tabel lebih besar dari nilai r hitung, indikator dalam kuesioner dianggap valid

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) reliabilitas didefinisikan sebagai tingkat kekonsistenan dan stabilitas data atau temuan. Data yang dihasilkan oleh dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama dianggap reliabel. Untuk menguji reabilitas data, menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, maka kriteria pengujian berikut:

1. Jika Alpha Cronbach lebih dari 0,6, maka item tersebut memiliki reliabilitas yang memadai (cukup reliabilitas),
2. Jika Alpha Cronbach kurang dari 0,6, maka item tersebut tidak disarankan untuk digunakan..

3.5.2 Penentuan Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk menghitung Tingkat Capaian Responden (TRC), rumus berikut sebagai digunakan :

$$TCR = \frac{\text{rata - rata Skor}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100 \%$$

Kriteria penilaian tingkat capaian responden (TCR) yang digunakan dalam kuesioner sebagai berikut (Sugiyono,2017:184).

Tabel 3. 4
Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)

No	Tingkat Capaian Responden (%)	Kriteria
1	80-100	Sangat Setuju
2	60<80	Setuju
3	40<60	Netral
4	20<40	Tidak Setuju
5	<20	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.5.3 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:188), dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Uji ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel terikat secara bersama-sama, secara parsial, dan bebas.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Minat Penggunaan ShopeePay)

$X_1, X_2,$ = Variabel independent Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial

a = Konstanta

b_0, b_1, b_2 = Koefisien regresi

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menguji sehingga suatu penelitian untuk menentukan apakah asumsi dasar regresi linear berganda benar-benar dipenuhi data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang biasa. Uji asumsi klasik ini dijelaskan sebagai berikut :

3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan analisis uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah residual atau variabel pengganggu memiliki distribusi normal dalam model regresi. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual di atas α 0.05 atau 5% menunjukkan bahwa hasil

penelitian berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas. Sebaliknya, nilai di bawah α 0.05 atau 5% menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau jika histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Ini adalah hasil analisis grafik.

3.5.4.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan bahwa ada korelasi antara variabel bebas atau independen. Dalam model regresi yang baik, variabel independen tidak seharusnya berkorelasi satu sama lain; jika tidak, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Jumlah toleransi dan faktor variasi inflasi (VIF) dapat digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya multikonlinieritas dalam model regresi. Variabilitas variabel independen tertentu yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya disebut toleransi. Oleh karena itu, karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, nilai VIF yang tinggi sebanding dengan nilai toleransi yang rendah. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ dan sama nilai $VIF < 10$.

3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi mengenai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika ada homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas,

maka model regresi itu baik. Salah satu metode pengujian yang dapat digunakan adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), yaitu ZPRED, dan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kembar, dll.), maka heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y.

3.5.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah analisis statistik yang dilakukan untuk menentukan apakah variabel yang ada dalam model prediksi memiliki korelasi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, nilai gangguan berpasangan secara autokorelasi daripada berpasangan secara bebas apabila asumsi autokorelasi terjadi pada model prediksi. Dalam kesempatan ini, kita hanya akan membahas tutorial uji autokorelasi dengan SPSS, tetapi prinsip penting lainnya akan dibahas secara singkat dan mudah dipahami. Uji autokorelasi harus dilakukan dengan model regresi linear, yang diperlukan untuk data yang merupakan rangkaian waktu atau runtut waktu. Nilai observasi atau sampel tertentu sangat dipengaruhi oleh nilai sebelumnya, yang merupakan alasan sebenarnya dari autokorelasi.

Autokorelasi adalah ketika ada korelasi antara nilai observasi ke- i dengan nilai observasi ke- $i-1$. Misalnya, misalkan sampel ke-20 memiliki nilai yang dipengaruhi oleh sampel ke-19, dan sampel ke-18 memiliki nilai yang dipengaruhi oleh sampel ke-18, dan seterusnya. Lihat contoh ini, ada nilai yang berbeda antara nilai observasi ke-18 dan ke-19, dan seterusnya.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian suatu pernyataan dengan metode statistik untuk menunjukkan signifikansi secara statistik.

3.5.5.1 Uji Parsial (T)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen, uji t dilakukan dengan membandingkan jumlah t dengan jumlah t-tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t-hitung. Langkah-langkahnya, menurut Sugiyono (2017:187), adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta \neq \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan) untuk pengujian dua sisi

$H_0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta > \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara positif)

$H_1 : \beta < \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara negatif)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi (α)

$t_{\alpha}, t_{\alpha/2} \rightarrow$ Degree of Freedom (DF) = n-k (k = banyaknya semua variabel)

3. Menghitung nilai uji statistik dengan rumus

$$t_0 = \frac{b - b_0}{s_b}$$

4. Membuat kesimpulan

a. Uji satu sisi (*one-tailed test*)

Jika $t_0 > t^\alpha$, maka H_0 ditolak

Jika $t_0 \leq t^\alpha$, maka H_0 diterima atau,

Jika $t_0 < -t^\alpha$, maka H_0 ditolak

Jika $t_0 \geq -t^\alpha$, maka H_0 diterima

b. Uji dua sisi (*two-tailed test*)

Jika $t_0 > t_{\alpha/2}$ atau $t_0 < -t_{\alpha/2}$, maka H_0 ditolak

Jika $-t_{\alpha/2} \leq t_0 \leq t_{\alpha/2}$, maka H_0 diterima.

Rumus yang digunakan untuk menghitung t-hitung adalah :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t = Nilai t-hitung

n = Jumlah sampel

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

3.5.5.2 Uji Simultan (F)

Uji F mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan atau secara simultan. Tujuan uji ini adalah untuk menentukan apakah semua variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel,

jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (H_0 ditolak H_a diterima). Menurut Sugiyono (2017:197)

langkah-langkah dalam menghitung uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_a : \beta \neq \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi (α) dengan ketentuan $F^\alpha \rightarrow$ Degree of freedom = $(k-1), (n-k)$, dimana k adalah jumlah variabel dan n jumlah kasus (data)

3. Menghitung nilai uji statistik

$$F_0 = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}} \text{ atau } \frac{MS_{reg}}{MS_{res}}$$

3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2017:203), koefisien determinasi adalah koefisien korelasi, yang biasanya ditunjukkan dengan persentase (%), untuk mengukur seberapa besar pengaruh total variabel X terhadap Y.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Shopee adalah salah satu situs *e-commerce* yang didirikan oleh SEA Group di Singapura pada tahun 2015 oleh Forrest LI. Kemudian berkembang ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina, bahkan Indonesia. Shopee tiba di Indonesia pada akhir Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015. Shopee menawarkan pengalaman belanja yang nyaman, aman, praktis, dan cepat yang disesuaikan untuk setiap tempat.

Sejak 2018, pengguna sebagai platform metode pembayaran online telah dapat menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran online di platform Shopee. Namun, perusahaan baru meresmikannya pada hari Selasa, 25 Agustus 2020, secara *virtual*. ShopeePay adalah layanan uang elektronik yang dapat digunakan untuk membayar pesanan pengguna dan dapat juga untuk pembayaran online di aplikasi Shopee dan untuk pembayaran *offline* di setiap toko ShopeePay. Selain itu, Anda dapat menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar pesanan pengguna berikutnya.

4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Universitas Muhammadiyah (UM) Sumatera Barat merupakan salah satu perguruan tinggi tertua di Provinsi Sumatera Barat dan di Indonesia, yang secara resmi didirikan pada tanggal 18 November 1955. Universitas ini merupakan hasil penggabungan dari beberapa Sekolah Tinggi Muhammadiyah yang telah ada

sebelumnya, seperti Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Muhammadiyah Padang Panjang, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Muhammadiyah Bukittinggi, dan beberapa lembaga lainnya. Cikal bakalnya ditandai dengan peresmian Fakultas Filsafat dan Hukum di Padang Panjang oleh Ketua PP Muhammadiyah, AR. Sutan Mansur, dengan Dr. H. Ali Akbar sebagai rektor pertama. Sejak saat itu,

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat terus berkembang dengan berdirinya berbagai fakultas dan program studi, antara lain Fakultas Agama, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Teknik, yang menunjukkan komitmen institusi untuk menyediakan pendidikan yang berkualitas. Pada tahun 1985, seluruh Sekolah Tinggi dan Akademi Muhammadiyah di wilayah Sumatera Barat bergabung menjadi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, yang memperkuat posisinya sebagai institusi pendidikan tinggi terkemuka. Seiring berjalannya waktu, UM Sumatera Barat juga mendirikan program pasca sarjana dan fakultas baru, seperti Fakultas Kehutanan dan Fakultas Kesehatan, yang semakin memperkaya pilihan pendidikan bagi mahasiswa.

UM Sumatera Barat memiliki 4 Kampus yang tersebar di 4 kota berbeda yaitu, kota Padang, kota Padang Panjang, kota Bukittinggi, dan kota Payakumbuh. Saat ini UM Sumatera Barat memiliki 11 Fakultas, 2 program pascasarjana, dan 28 program studi/jurusan. Berdasarkan penilaian unirank dan webometrics baru-baru ini, menempatkan UM Sumatera Barat di peringkat kedua Perguruan Tinggi Swasta Terbaik di Sumatera Barat dan peringkat 4 jika bersanding dengan Perguruan Tinggi Negeri lainnya di Sumatera Barat.

4.1.3 Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

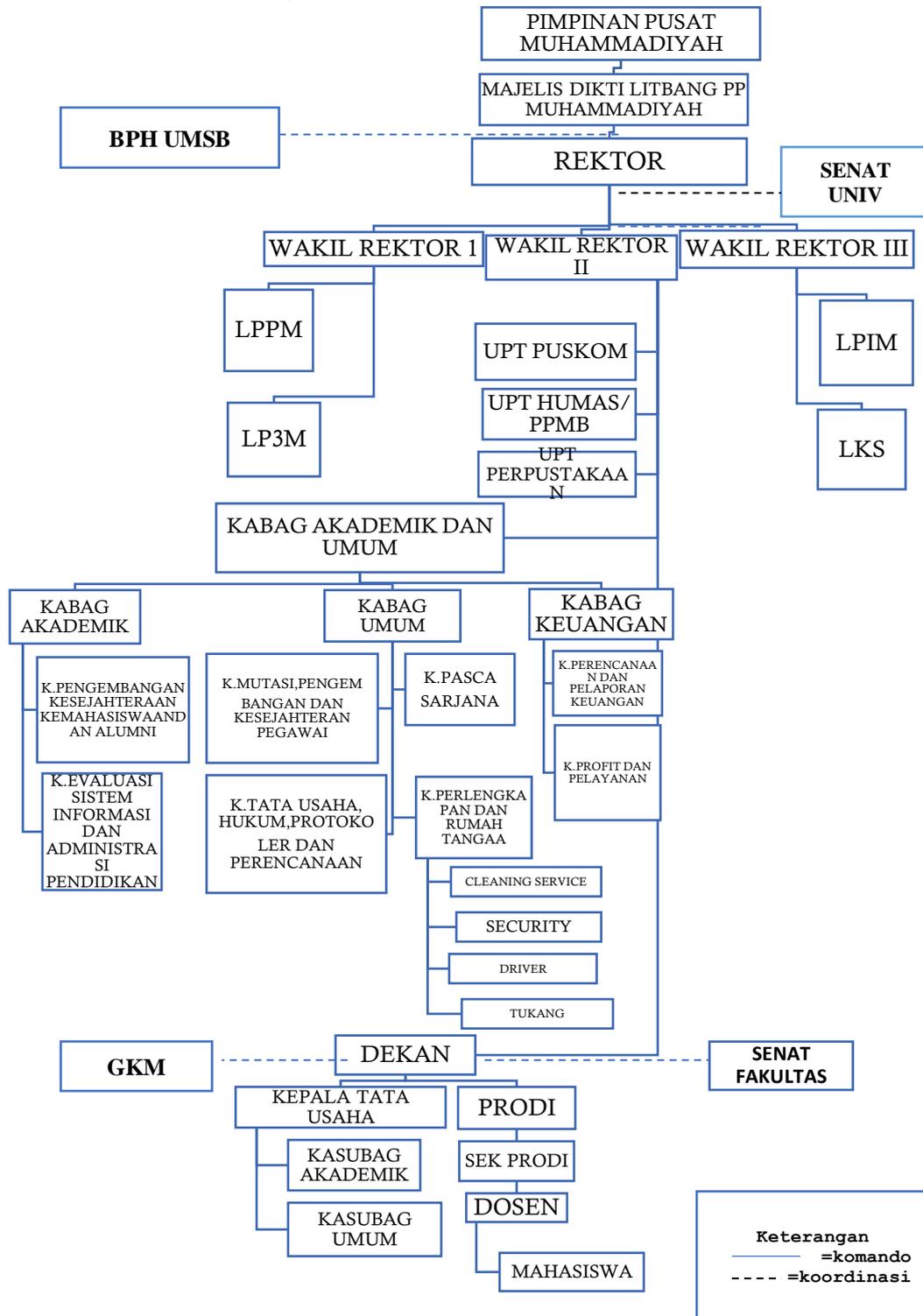
4.1.3.1 Visi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

"Menjadi universitas unggul berbasis kearifan lokal dalam pembinaan IMTAQ dan pengembangan IPTEKS untuk kesejahteraan umat"

4.1.3.2 Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

1. Memastikan tercapainya pendidikan dan pembelajaran yang berkualitas dan humanis.
2. Mendorong pelaksanaan penelitian berbasis kearifan lokal untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang aplikatif.
3. Mendorong pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat.
4. Meningkatkan nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyahan untuk menghasilkan insan yang beriman dan bertaqwa serta berakhlak mulia.
5. Mengembangkan jaringan kerjasama antar lembaga internal dan eksternal Muhammadiyah yang produktif danberkesinambungan.
dan
6. Mengoptimalkan tata kelola universitas yang baik menuju peningkatan kualitas yang berkelanjutan.

4.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi

Sumber: Rektorat UM Sumatera Barat 2025

Struktur organisasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UMSB) pada gambar 4.1 jenis struktur organisasi fungsional adalah struktur organisasi bisnis yang wewenangnya ditentukan oleh keterkaitan antara fungsi dan aktivitas kelompok yang memiliki tugas dan tanggung jawab spesifik, sehingga setiap aspek operasional universitas dapat berjalan dengan baik. Berikut adalah penjelasan mengenai struktur organisasi UMSB beserta masing-masing divisi:

1. **Pimpinan Pusat Muhammadiyah** berfungsi sebagai pengarah dan pengawas utama bagi seluruh kegiatan organisasi, termasuk pendidikan tinggi.
2. **Majelis Dikti Litbang PP Muhammadiyah** mengawasi dan mengembangkan pendidikan tinggi serta penelitian di lingkungan Muhammadiyah.
3. **Rektor** memimpin universitas dan bertanggung jawab atas pelaksanaan visi, misi, dan kebijakan akademi
4. **Badan Pengurus Harian (BPH)** bertugas mengawasi, mengevaluasi, dan memastikan jalannya administrasi, akademik, serta keuangan universitas secara transparan dan akuntabel.
5. **Senat Universitas** mengawasi dan memberikan masukan terkait kebijakan akademik dan administrasi universitas.
6. **Wakil Rektor I** mengelola aspek akademik dan pengembangan kurikulum di UMSB.

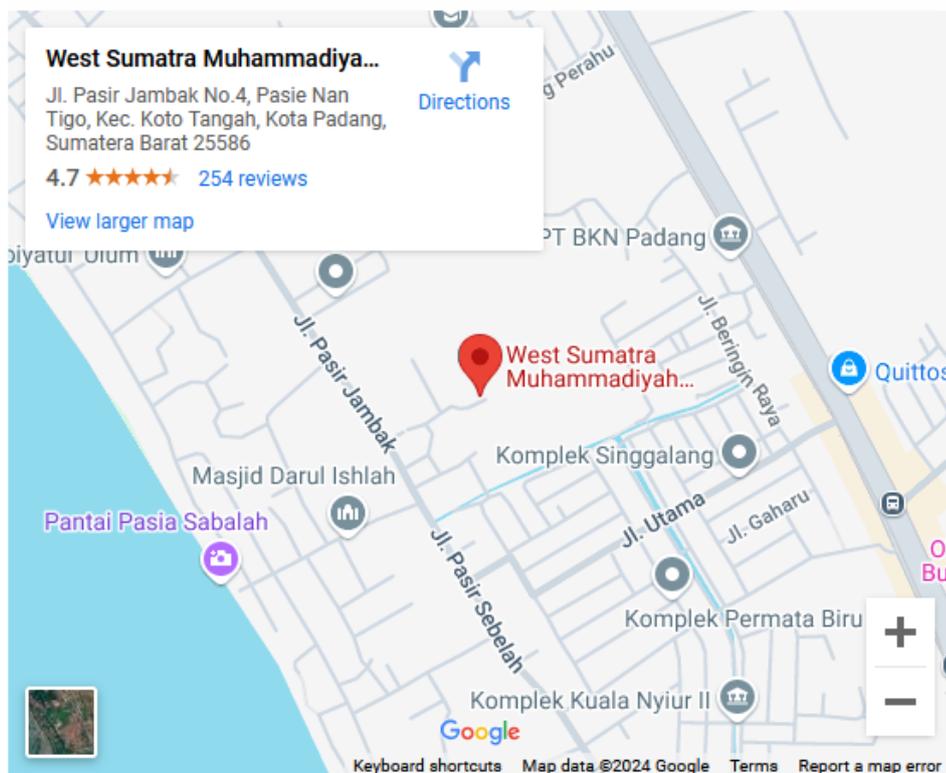
7. **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)** mengkoordinasikan kegiatan penelitian dan pengabdian yang berbasis pada kebutuhan masyarakat.
8. **Lembaga Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu (LP3M)** menjamin kualitas pendidikan dan pengembangan pembelajaran di UMSB.
9. **Wakil Rektor II** bertanggung jawab atas administrasi dan keuangan. Ia mengelola anggaran universitas, laporan keuangan, dan memastikan penggunaan dana yang efisien.
10. **UPT Puskom** bertugas mengelola komunikasi dan informasi di lingkungan universitas.
11. **UPT Humas/ PMB** mengelola hubungan masyarakat dan penerimaan mahasiswa baru. Mereka bertanggung jawab untuk mempromosikan UMSB dan menarik calon mahasiswa.
12. **UPT Perpustakaan** mengelola dan menyediakan layanan perpustakaan untuk mendukung kegiatan akademik.
13. **Kabag Akademik** mengelola administrasi akademik, termasuk jadwal kuliah dan pengelolaan data mahasiswa.
14. **Kabag Umum** mengelola administrasi umum dan fasilitas universitas.
15. **Kabag Keuangan** mengelola keuangan universitas, termasuk anggaran dan laporan keuangan.

16. **Senat Fakultas** berfungsi serupa dengan Senat Universitas, tetapi fokus pada kebijakan akademik di tingkat fakultas.
17. **Dekan** memimpin fakultas dan bertanggung jawab atas pengelolaan akademik di tingkat fakultas.
18. **Ka Prodi** mengelola program studi, termasuk kurikulum, pengajaran, dan evaluasi
19. **Dosen** melaksanakan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
20. **GKM** mengawasi dan memastikan mutu pendidikan dan layanan di universitas.
21. **Kepala Tata Usaha** mengelola administrasi dan operasional di tingkat fakultas atau program studi.
22. **Wakil Rektor III** mengelola bidang kemahasiswaan dan alumni.
23. **LPIM (Lembaga Penelitian dan Inovasi Muhammadiyah):**
Mengembangkan penelitian dan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat
24. **LKS (Lembaga Kesejahteraan Sosial)** Mengelola program-program kesejahteraan sosial bagi mahasiswa dan masyarakat.

4.1.5 Lokasi Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Lokasi Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UMSB) terdiri dari empat kampus, yaitu Kampus I terletak Jalan Pasir Kandang No. 4 Kec. Koto Tangah Padang, Kampus II terletak di Komplek Perguruan Muhammadiyah

Kauman Padangpanjang Jalan RI Dt. Sinaro Panjang No. 1-6, Kampus III terletak di Bukittinggi, yang tersebar di 3 lokasi di antaranya Jalan By Pass Aur Kuning, Jalan Ahmad Karim No. 12 Bukittinggi, Jalan Kejaksanaan No. 12 Belakang Balok, Bukittinggi dan Kampus IV terletak di Kota Payakumbuh, Koto Nan Ampek ini, Jl. Soekarno Hatta (Belakang DPRD Kota Payakumbuh)



Gambar 4. 2

Peta lokasi

Sumber : Google Maps

4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin dan fakultas, berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Frekuensi	Persentase(%)
1	Wanita	106	67,52%
2	Pria	51	32,48%
Jumlah		157	100 %

Sumber : Kuesioner Penelitian 2025

Berdasarkan data di atas, klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat jumlah responden wanita berjumlah 106 responden dengan persentase 67,52% dan jumlah responden pria berjumlah 51 responden dengan persentase 32,48%.

Tabel 4. 2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas

No.	Nama Fakultas	Frekuensi	Persentase(%)
1	Fakultas Agama Islam	14	9%
2	Fakultas Ekonomi	69	44%
3	Fakultas Kehutanan	9	6%
4	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	7	4%
5	Fakultas Farmasi	9	6%
6	Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan	11	7%
7	Fakultas Teknik	12	8%
8	Fakultas Hukum	12	8%
9	Fakultas Kesehatan	4	3%
10	Fakultas Pariwisata	2	1%
11	Fakultas Pertanian	8	5%
Jumlah		157	100%

Sumber : Kuesioner Penelitian 2025

Berdasarkan data tabel di atas, klasifikasi responden berdasarkan fakultas dapat dilihat bahwa responden dari Fakultas Agama Islam berjumlah 14 responden dengan persentase 9%, Fakultas Ekonomi berjumlah 69 responden dengan persentase 44%, Fakultas Kehutanan berjumlah 9 responden dengan persentase

6% , Fakultas Ilmu Sosial dan Politik berjumlah 7 responden dengan persentase 4%, Fakultas Farmasi berjumlah 9 responden dengan persentase 6%, Fakultas Ilmu Ilmu Keguruan dan Pendidikan berjumlah 11 responden dengan persentase 7%, Fakultas Teknik berjumlah 12 responden dengan persentase 8%, Fakultas Hukum berjumlah 12 responden dengan persentase 8%, Fakultas Kesehatan berjumlah 4 responden dengan persentase 3%, Fakultas Pariwisata berjumlah 2 responden dengan persentase 1 % dan Fakultas Pertanian berjumlah 8 responden dengan persentase 5%. Hal Ini menunjukkan bahwa Fakultas Ekonomi memiliki jumlah responden terbesar 69 responden dengan persentase 44% dan Fakultas Pariwisata memiliki jumlah responden terendah 2 responden dengan persentase 1%.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap dalam variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang di maksud. Dalam penelitian ini akan di uji semua variabel dari seluruh itemnya.

Tabel 4. 3
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtable	Keterangan
Minat Penggunaan ShopeePay (Y)	Y.P ₁	0,704	0,157	Valid
	Y.P ₂	0,798	0,157	Valid
	Y.P ₃	0,812	0,157	Valid
	Y.P ₄	0,826	0,157	Valid
	Y.P ₅	0,828	0,157	Valid
	Y.P ₆	0,852	0,157	Valid
	Y.P ₇	0,848	0,157	Valid
	Y.P ₈	0,867	0,157	Valid
	Y.P ₉	0,863	0,157	Valid
	Y.P ₁₀	0,889	0,157	Valid
	Y.P ₁₁	0,871	0,157	Valid
	Y.P ₁₂	0,922	0,157	Valid
	Y.P ₁₃	0,861	0,157	Valid
	Y.P ₁₄	0,853	0,157	Valid
	Y.P ₁₅	0,823	0,157	Valid
Gaya Hidup (X ₁)	X ₁ .P ₁	0,867	0,157	Valid
	X ₁ .P ₂	0,885	0,157	Valid
	X ₁ .P ₃	0,902	0,157	Valid
	X ₁ .P ₄	0,888	0,157	Valid
	X ₁ .P ₅	0,915	0,157	Valid
	X ₁ .P ₆	0,898	0,157	Valid
	X ₁ .P ₇	0,886	0,157	Valid
	X ₁ .P ₈	0,893	0,157	Valid
	X ₁ .P ₉	0,905	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₀	0,868	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₁	0,858	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₂	0,884	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₃	0,883	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₄	0,838	0,157	Valid
	X ₁ .P ₁₅	0,835	0,157	Valid
Lingkungan Sosial (X ₂)	X ₂ .P ₁	0,843	0,157	Valid
	X ₂ .P ₂	0,682	0,157	Valid
	X ₂ .P ₃	0,819	0,157	Valid
	X ₂ .P ₄	0,855	0,157	Valid
	X ₂ .P ₅	0,844	0,157	Valid
	X ₂ .P ₆	0,870	0,157	Valid
	X ₂ .P ₇	0,874	0,157	Valid
	X ₂ .P ₈	0,857	0,157	Valid
	X ₂ .P ₉	0,882	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₀	0,898	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₁	0,853	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₂	0,805	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₃	0,896	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₄	0,892	0,157	Valid
	X ₂ .P ₁₅	0,864	0,157	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat bahwa nilai R_{hitung} dari setiap item pernyataan $> R_{tabel}$ (0,157), berarti dapat disimpulkan bahwa pengujian keseluruhan item valid dan dapat diuji ke pengujian selanjutnya.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Setiap item instrumen yang telah dinyatakan valid pada tabel 4.3 akan diuji reliabilitasnya dengan teknik *cronbuch alpa* yaitu dengan membandingkan nilai – nilai setiap instrument.

Tabel 4. 4
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Reliabilitas	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Minat Penggunaan ShopeePay(Y)	0,775	0,6	Reliabel
2	Gaya Hidup (X_1)	0,777	0,6	Reliabel
3	Lingkungan Sosial (X_2)	0,775	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.4 maka dapat dinyatakan variabel Gaya Hidup (X_1), Lingkungan Sosial (X_2) dan Minat Penggunaan ShopeePay (Y) adalah reliabel, dikarenakan semua item $>$ dari koefisien Alpha yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa 2 item instrument penelitian yang mengukur Minat Penggunaan ShopeePay (Y) tergolong reliabilitas dapat digunakan dalam hipotesis.

4.3 TCR (Tingkat Capaian Responden)

4.3.1 Distribusi Pendapat Responde Variabel Minat Penggunaan ShopeePay (Y)

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuestioner tentang Minat Penggunaan ShopeePay (Y) dapat dilihat distribusi tabulasi dari jawaban responden item-item variabel dibawah ini.

Tabel 4. 5
Tabulasi Data Responden Variabel Minat Penggunaan ShopeePay (Y)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
Y1.P1	29	62	39	21	6	3,55	71%	Setuju
Y1.P2	30	74	43	6	4	3,76	75%	Setuju
Y1.P3	18	51	58	24	6	3,32	66%	Setuju
Y1.P4	30	80	38	5	4	3,81	76%	Setuju
Y1.P5	20	67	57	9	4	3,57	71%	Setuju
Y1.P6	21	59	63	11	3	3,54	71%	Setuju
Y1.P7	26	68	48	13	2	3,66	73%	Setuju
Y1.P8	23	55	58	15	6	3,47	69%	Setuju
Y1.P9	18	63	59	8	9	3,46	69%	Setuju
Y1.P10	19	52	68	12	6	3,42	68%	Setuju
Y1.P11	25	61	53	11	7	3,60	71%	Setuju
Y1.P12	24	67	50	11	5	3,34	72%	Setuju
Y1.P13	18	52	58	23	6	3,34	67%	Setuju
Y1.P14	15	55	61	21	5	3,55	67%	Setuju
Y1.P15	24	67	50	11	5	3,60	72%	Setuju
TOTAL						3,53	71%	Setuju

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan informasi dari tabel 4.5 diperoleh nilai rata-rata variabel Minat Penggunaan ShopeePay sebesar 3,53 dan total tingkat capai responden diperoleh nilai sebesar 71 % dengan kriteria Setuju. Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa kriteria penelitian jawaban responden tertinggi pada tingkat capaian responden (TCR) Minat Penggunaan ShopeePay adalah 76% keterangan

setuju dengan rata – rata 3,81, pada pernyataan ke 4 (Y4) dengan pernyataan saya merasa setuju ShopeePay memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Penelitian tingkat capaian responden (TCR) terendah Minat Penggunaan ShopeePay sebesar 66% keterangan setuju dengan rata-rata 3,32 pada pernyataan ke 3 (Y3) dengan pernyataan saya cenderung setuju menggunakan ShopeePay untuk transaksi di berbagai tempat.

4.3.2 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Gaya Hidup (X₁)

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuesioner tentang Gaya Hidup (X₁) dapat dilihat distribusi tabulasi dari jawaban responden item-item variabel dibawah ini.

Tabel 4. 6
Tabulasi Data Responden Variabel Gaya Hidup (X₁)

Pernyataan	SS	S	N	T	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
X1.P1	15	56	56	21	9	3,30	66%	Setuju
X1.P2	20	56	57	16	8	3,41	68%	Setuju
X1.P3	17	65	55	13	7	3,46	69%	Setuju
X1.P4	19	63	51	15	9	3,43	69%	Setuju
X1.P5	17	55	59	20	6	3,36	67%	Setuju
X1.P6	17	56	59	15	10	3,35	67%	Setuju
X1.P7	22	60	58	11	6	3,52	70%	Setuju
X1.P8	21	68	52	10	6	3,56	71%	Setuju
X1.P9	22	65	56	11	3	3,59	72%	Setuju
X1.P10	23	65	50	13	6	3,55	71%	Setuju
X1.P11	23	68	52	11	3	3,62	72%	Setuju
X1.P12	20	56	63	16	2	3,48	70%	Setuju
X1.P13	22	71	52	10	2	3,64	73%	Setuju
X1.P14	23	58	57	16	3	3,52	70%	Setuju
X1.P15	22	62	55	14	4	3,54	71%	Setuju
TOTAL						3,49	70%	Setuju

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan informasi dari tabel 4.6 diperoleh nilai rata-rata variabel Gaya Hidup sebesar 3,49 dan total tingkat capai responden diperoleh nilai sebesar 70 % dengan kriteria setuju. Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa kriteria penelitian jawaban responden tertinggi pada tingkat capaian responden (TCR) Gaya Hidup adalah 73% keterangan setuju dengan rata – rata 3,64, pada pernyataan ke 13 (X₁₃) dengan pernyataan saya setuju berpendapat bahwa penggunaan ShopeePay dapat meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. Penelitian tingkat capaian responden (TCR) terendah Gaya Hidup sebesar 66% keterangan setuju dengan rata-rata 3,30 pada pernyataan ke 1 (X₁) dengan pernyataan saya setuju menggunakan ShopeePay dalam aktivitas belanja sehari-hari.

4.3.3 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Lingkungan Sosial (X₂)

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuesioner tentang Lingkungan Sosial (X₂) dapat dilihat distribusi tabulasi dari jawaban responden item-item variabel dibawah ini.

Tabel 4. 7
Tabulasi Data Responden Variabel Lingkungan Sosial (X₂)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
X2.P1	26	50	57	17	7	3,45	69%	Setuju
X2.P2	21	75	51	8	2	3,67	73%	Setuju
X2.P3	15	62	59	12	9	3,39	68%	Setuju
X2.P4	21	59	59	13	5	3,50	70%	Setuju
X2.P5	18	58	65	11	5	3,46	69%	Setuju
X2.P6	21	57	57	17	5	3,46	69%	Setuju
X2.P7	17	47	64	22	7	3,29	66%	Setuju
X2.P8	15	51	67	19	5	3,33	67%	Setuju
X2.P9	19	49	59	23	7	3,32	66%	Setuju
X2.P10	22	48	63	16	8	3,38	68%	Setuju
X2.P11	16	56	61	16	8	3,36	67%	Setuju
X2.P12	19	66	56	11	5	3,53	71%	Setuju
X2.P13	19	46	60	22	10	3,27	65%	Setuju
X2.P14	22	54	61	13	7	3,45	69%	Setuju
X2.P15	17	55	58	18	9	3,34	67%	Setuju
TOTAL						3,41	68%	Setuju

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan informasi dari tabel 4.7 diperoleh nilai rata-rata variabel Lingkungan Sosial sebesar 3,41 dan total tingkat capai responden diperoleh nilai sebesar 68 % dengan kriteria setuju. Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa kriteria penelitian jawaban responden tertinggi, pada tingkat capaian responden (TCR) Lingkungan Sosial adalah 73% keterangan setuju dengan rata – rata 3,67 pada pernyataan ke 2 (X₂2) dengan pernyataan saya setuju bahwa penggunaan ShopeePay di kalangan teman-teman saya sangat umum. Penelitian tingkat capaian responden (TCR) terendah Lingkungan Sosial sebesar 65 % keterangan setuju dengan rata-rata 3,27 pada pernyataan ke 13 (X₂13) dengan pernyataan saya merasa setuju lebih dihargai oleh orang lain ketika menggunakan ShopeePay.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial secara parsial maupun bersama-sama. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program komputer SPSS 24.

Tabel 4. 8
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000
Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000
Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Dari tabel 4.8 dapat dilihat persamaan linier berganda sebagai berikut

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 6,654 + 0,740X_1 + 0,149X_2$$

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi variabel dependen dan variabel independent mempunyai distribusi normal atau tidak. Model

regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* bila probabilitas sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,79394597
Most Extreme Differences	Absolute	0,123
	Positive	0,123
	Negative	-0,097
Test Statistic		0,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0,163
Point Probability		0,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.9 terlihat bahwa hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan 0,163 > 0,05, maka data dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ditemukan korelasi antara variabel, model regresi yang baik tidak terjadi tidak terjadi korelasi / tidak terjadi multikolonieritas dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*)

nya. Tidak terjadi multikolonieritas dengan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000		
Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000	0,223	4,476
Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026	0,223	4,476

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas dalam model regresi. Hal ini ditunjukkan nilai *Tolerance* dan *VIF*, dimana nilai *Tolerance* yang dihasilkan Gaya Hidup (X_1) sebesar 0,223 > 0,10, Lingkungan Sosial (X_2) sebesar 0,223 > 0,10. Dilihat dari *VIF* hasil Gaya Hidup (X_1) sebesar 4,476 < 10,00 dan Lingkungan Sosial (X_2) 4,476 < 10,00. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas. Persyaratan yang harus dipenuhi tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi > 0,05. Pada penelitian ini menggunakan *Uji Glesjer*.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,559	1,250		4,448	0,000
	Gaya Hidup	-0,051	0,048	-0,179	-1,064	0,289
	Lingkungan Sosial	0,006	0,049	0,022	0,128	0,898

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.11 pada metode Glasjer dapat dilihat pada model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Nilai sigifikan variabel independent (Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial) masing-masing bernilai $X_1=0,289$, $X_2= 0,898 >$ dari 0,05. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamika ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari gejala autokorelasi, dalam pengujian ini dapat menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan syarat Jadi nilai DW berada diantara nilai D_u dan $(4-D_u)$ maka hipotesis diterima yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.915 ^a	0,838	0,835	4,825	1,844

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan pada tabel 4.12 didapatkan nilai DW (*Durbin Watson*) adalah 1,844. Dari tabel diatas pada tabel Durbin Watson N= 157, K=2, maka diperoleh nilai dU (*Upper Bound*)=1,7649 dan dL (*Lower Bound*) = 1,7133 . Sedangkan nilai $4 - dU(4 - 1,7649) = 2,251$. Jadi nilai DW berada diantara nilai dU dan $(4-dU)$ yaitu $dU(1,7649) < DW(1,844) < 4-dU(2,251)$. Maka Uji Autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (t)

Tabel 4. 13
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000
Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000
Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Kriteria pengujian :

1. Jika t_{hitung} positif
 - a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
 - b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
2. Jika t_{hitung} negatif
 - a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
 - b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

1. Variabel Gaya Hidup (X_1)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah Gaya Hidup kriteria pengujian menggunakan t_{hitung} positif , berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai t_{hitung} 11,289 dan t_{tabel} 1,655 yang artinya $11,289 > 1,655$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ berarti variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay

2. Variabel Lingkungan Sosial (X_2)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah Lingkungan Sosial kriteria pengujian menggunakan t_{hitung} positif , berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai t_{hitung} 2,253 dan t_{tabel} 1,655 yang artinya $2,253 > 1,655$ dan nilai sig $0,026 < 0,05$ berarti variabel Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay.

4.6.2 Uji Simultan (F)

Tabel 4. 14
Hasil Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18478.821	2	9239.410	396.875	.000 ^b
	Residual	3585.179	154	23.280		
	Total	22064.000	156			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji simultan (F) menunjukkan nilai F_{hitung} 396,875 dan F_{tabel} 3,06 artinya $396,875 > 3,06$ sig hitung 0,000 dan sig total 0,05 berarti $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama - sama Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh independent terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independent dapat menjelaskan variabel dependennya. Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel independent dapat menjelaskan variabel dependennya.

Tabel 4. 15
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	0,838	0,835	4,825

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat R square sebesar 0,838 atau 83,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh total X terhadap variabel Y sebesar 83,8% sedangkan sisanya 16,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Interpretasi Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi diperoleh untuk memenuhi syarat-syarat statistik yaitu : uji t dan uji F. Maka persamaan garis regresi dugaan dapat dipakai sebagai alat pengukur sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 6,654 + 0,740X_1 + 0,149X_2$$

1. Konstanta

Berdasarkan penjelasan dari interpretasi diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 6,654. Ini menunjukkan bahwa apabila variabel Gaya Hidup (X_1) dan

Lingkungan Sosial (X_2) bernilai 0, maka Minat Penggunaan ShopeePay sebesar 6,654 satuan.

2. Koefisien Variabel Gaya Hidup (X_1)

Nilai koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X_1) didapatkan sebesar 0,740. Hal ini diperlihatkan bahwa setiap kenaikan Gaya Hidup (X_1) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Minat Penggunaan ShopeePay (Y) sebesar 0,740 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

3. Koefisien variabel Lingkungan Sosial (X_2)

Nilai koefisien regresi variabel Lingkungan Sosial (X_2) didapatkan sebesar 0,149. Hal ini diperlihatkan bahwa setiap kenaikan Lingkungan Sosial (X_2) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Minat Penggunaan ShopeePay (Y) sebesar 0.149 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil pengujian yang telah didapatkan pada penelitian ini, bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay dengan nilai $t_{hitung} 11,289 > t_{tabel} 1,655$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan ShopeePay dapat dilihat dari efisiensi dalam bertransaksi, keamanan metode pembayaran, serta pengalaman positif yang diperoleh responden dalam menggunakan metode pembayaran online.

Efisiensi dalam bertransaksi tercermin dari pembayaran yang lebih cepat dan praktis tanpa perlu uang tunai atau kartu fisik, cukup dengan memindai kode

QR atau melalui aplikasi. Kemudahan ini mempermudah mahasiswa dalam berbelanja, membayar tagihan, dan memenuhi kebutuhan lainnya dalam satu platform, sehingga menghemat waktu dan tenaga, serta mendukung Gaya Hidup yang lebih serba cepat dan efisien.

Selain itu, tingkat keamanan yang tinggi pada platform tersebut, seperti verifikasi PIN dan enkripsi data, membuat mahasiswa merasa lebih tenang dan terlindungi saat melakukan berbagai transaksi, baik untuk pembelian online, pembayaran tagihan, atau transfer dana. Kepercayaan terhadap sistem keamanan ini memperkuat keyakinan mahasiswa dalam menggunakannya, karena mereka merasa transaksi yang dilakukan aman dan data pribadi terlindungi.

Dengan efisiensi dan keamanan yang ditawarkan, ShopeePay tidak hanya menjadi alat pembayaran yang efisien dan aman, tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi mahasiswa. Hal ini meningkatkan kenyamanan mereka dalam bertransaksi. Pada akhirnya, memperkuat minat mereka dalam menjadikan ShopeePay sebagai metode pembayaran utama.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yugi Setyarko dan Agus Sriyanto (2023) dengan judul ” *Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan E-wallet LinkAja*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Dengan Gaya Hidup yang modern dan efisien juga mendorong individu untuk beralih ke metode pembayaran digital.

4.7.3 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil pengujian yang telah didapatkan pada penelitian ini, bahwa Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay dengan nilai t_{hitung} 2,253 dan t_{tabel} 1,655 dan nilai sig $0,026 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay dapat dilihat dari penggunaan ShopeePay yang sangat umum di kalangan teman-teman, sehingga melihat teman menggunakan ShopeePay membuat lebih tertarik untuk menggunakannya, dan pengguna ShopeePay mencerminkan Gaya Hidup yang modern.

Penggunaan ShopeePay yang sangat umum di kalangan teman-teman adalah teman-teman yang sudah terbiasa menggunakannya sehingga mendorong individu lain untuk mengikuti kebiasaan tersebut. Ketika banyak teman yang sudah menggunakan ShopeePay, mahasiswa merasa lebih terpengaruh untuk bergabung dan menggunakan platform tersebut, karena melihatnya sebagai hal yang umum dan diterima di lingkungan tersebut.

Melihat teman menggunakan ShopeePay membuat mahasiswa merasa lebih tertarik untuk menggunakannya juga. Mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh perilaku teman-temannya dalam pengambilan keputusan. Ketika mereka melihat temannya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi dengan ShopeePay, seperti pembayaran yang cepat, promo yang menarik, dan kenyamanan, hal ini menumbuhkan rasa tertarik untuk menggunakan ShopeePay.

Pengaruh teman-teman yang sudah lebih dulu menggunakan aplikasi ini menjadi faktor pendorong bagi mahasiswa lain untuk mengikuti. Penggunaan ShopeePay yang sudah menyebar luas mempengaruhi cara pandang mahasiswa terhadap Gaya Hidup modern. Mahasiswa yang ingin mengikuti tren Gaya Hidup modern akan cenderung merasa perlu menggunakan metode pembayaran online, karena aplikasi ini dianggap sebagai cara pembayaran yang lebih praktis dan efisien dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Wahyuni Zanra dan Sufnirayanti Sufnirayanti (2024) dengan judul *“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Penelitian ini mengungkapkan bahwa peningkatan Lingkungan Sosial dapat meningkatkan minat pengguna QRIS. Dengan kata lain, Lingkungan Sosial yang mendukung dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih tertarik dan terbuka dalam menggunakan teknologi pembayaran digital seperti QRIS.

4.7.4 Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berpengaruh secara simultan dengan nilai F_{hitung} 396,875 dan F_{tabel} 3,06 artinya $396,875 > 3,06$. sig hitung 0,000 dan sig total 0,05 berarti $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini layak dan menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independent (Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial) dengan variabel dependen (Minat Penggunaan ShopeePay). Selain itu, nilai signifikansi (sig) yang diperoleh sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Penggunaan ShopeePay adalah signifikan. Ini berarti bahwa perubahan dalam Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial mahasiswa dapat berkontribusi secara positif terhadap peningkatan minat mereka untuk menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran. Dengan demikian, hasil uji F ini menegaskan pentingnya kedua faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk beralih ke penggunaan ShopeePay. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang mempertimbangkan aspek Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial dapat menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puji Lestari (2024) dengan judul "*Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater. Penelitian ini menekankan pentingnya memahami interaksi antara kedua faktor tersebut dalam konteks perilaku konsumtif, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan seperti Shopee Paylater

4.7.5 Determinasi Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay

Hasul uji determinasi R^2 diperoleh sebesar 83,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent (Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial) sebesar 83,8% atau dengan kata lain variabel independen yang dalam model (Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial) mampu menjelaskan 83,8% sedangkan sisanya 16,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) dengan t_{hitung} yaitu lebih besar dari t_{tabel} , $11,289 > 1,655$ dengan nilai sig yang dihasilkan adalah sebesar 0,000 yang artinya nilai signya lebih kecil dari probabilitas $0,000 < 0,05$, maka hipotesis (H_1) diterima. Maka Gaya Hidup (X_1) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y). Artinya Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
2. Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan variabel Lingkungan Sosial (X_2) dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $2,253 > 1,655$ dengan nilai sig yang dihasilkan adalah sebesar 0,026 yang artinya nilai signya lebih kecil dari probabilitas $0,026 < 0,05$, maka hipotesis (H_2) diterima. Maka Lingkungan Sosial (X_2) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y). Artinya Lingkungan Sosial (X_2) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan ShopeePay (Y) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
3. Berdasarkan hasil Uji F dapat dilihat F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} $396,875 > 3,06$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.dan

hasil uji determinasi R^2 yaitu sebesar 83,2 % , hal ini menunjukkan kontribusi variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen . Sedangkan sisa nya 16,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka saran peneliti terkait hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil penelitian, disarankan agar *e- wallet* ShopeePay mempertahankan layanan yang praktis dan efisien, didukung oleh gaya hidup modern serba digital dalam penggunaan pembayaran online, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Selain itu, ShopeePay juga perlu meningkatkan penggunaannya dalam belanja sehari-hari melalui pengembangan fitur yang lebih fleksibel, aman, dan nyaman. Inovasi seperti metode pembayaran yang lebih variatif serta peningkatan keamanan transaksi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Namun, masih terdapat faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan ShopeePay yang belum dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi faktor-faktor tersebut agar ShopeePay dapat memahami aspek lain yang berkontribusi dalam menarik minat pengguna serta terus mengembangkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Dilihat dari hasil penelitian, disarankan e-wallet ShopeePay mempertahankan lingkungan sosial yang mendukung dan berpartisipasi. Dengan demikian, masyarakat sekitar tidak merasa asing dalam penggunaan metode pembayaran digital serta merasakan penghargaan saat menggunakan ShopeePay. Selain itu, ShopeePay perlu terus berinovasi dengan mengembangkan fitur yang mendorong keterlibatan sosial, seperti sistem reward komunitas, fitur berbagi promo, dan program loyalitas kelompok. Namun, masih terdapat faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan ShopeePay yang belum dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi faktor-faktor tersebut agar ShopeePay dapat terus mengembangkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. **Prosedur penelitian Suatu pendekatan Praktek**. Rineka Cipta: Jakarta 1
- Cahyo, A. D., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2022, August). **Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan E-money ShopeePay (Survei Pada Masyarakat Kota Bandung)**. In Bandung Conference Series: Business and Management (Vol. 2, No. 2, pp. 1280-1285).
- Davis, A., Smith, B., & Johnson, C. (2017). *Behavioral Interest and Its Implications*. New York: Academic Press.
- Fitriawibowo, W. A., & Kusumawati, E. (2024). **Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepay Sebagai Dompet Digital. Innovative: Journal Of Social Science Research**, 4(1), 4710-4719.
- Hafifah, Linda Lorenza, Nengah Widya Utami, and I. Gst Agung Prmaesti Dwi Putri. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi *Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech Shopeepay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut)*." *Jurnal Akuntansi Bisnis* 15.2 (2022).
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). **Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay**. *Jurnal Manajemen*, 8(021), 27–39
- Kotler, P, dan Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Dan Kevin Keller, 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Dua Belas Jilid 2, PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip, Dan Kevin Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketiga Belas Jilid 1, PT. Gelora Aksara Pratama
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). **Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian Helm Kbc**. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145-154.

- Lestari, Puji. (2024). *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General, 3(01), 204-211.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee**. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(3), 1455-1463.
- Nuraini, D., & Najib, M. (2015). **Pengaruh Faktor Lingkungan Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Di Pasar Tradisional dan Modern**. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 9, No2.
- Priskila, A. (2018). **Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan Teknologi Informasi**. Jurnal Teknologi dan Informasi, 5(1), 45-52.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). **Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e- Money**. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 13(2), 131–145.
- Sari, Y. D. K., Khadijah, S. N., & Kusumaningrum, D. (2022). **Pengaruh Penggunaan E-wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Spending Behavior Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik: E-wallet, Gaya Hidup, Spending Behavior**. Jurnal Penelitian Multidisiplin, 1(1), 8-16.
- Setyarko, Y., & Sriyanto, A. (2023). **Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan E-wallet LINKAJA**. Jurnal Ilmiah Indonesia, 8(1), 217–224.
- Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**, Bandung : Alfabeta
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). **Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money pada generasi millenials (Studi kasus pada mahasiswa S1 IPB)**. eProceedings of Management, 5(3).
- Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. hendro. (2017). **Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang)**. Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis, (ISBN : 978-602-361-067-9), 97–113.

Zanra, S. W., & Sufnirayanti, S. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS (The Influence of Perceived Convenience, Social Environment and Financial Literacy on Interest in Using QRIS)*. STIE Mahaputra Riau, Riau & Universitas Raja Ali Haji, Kepulauan Riau.

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Nama	: Yuris Tarisa
Nim	: 21070063
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Perguruan Tinggi	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Dengan ini mengharapkan partisipasi /Saudara/i untuk mengisi lembar kuesioner ini dengan pilihan yang menurut anda tepat, karena jawaban yang Saudara/i berikan akan sangat membantu peneliti dalam penulisan tugas akhir.

Adapun judul skripsi peneliti "Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat". yang merupakan syarat penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Hormat Peneliti



Yuris Tarisa

Data Responden

Beri tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Fakultas :

Prodi :

Tahun Masuk :

Petunjuk Pengisian:

Isilah beberapa pernyataan berikut dengan memilih salah satu kolom dengan menggunakan tanda *checklist* (✓) pada kolom di bawah ini, dengan keterangan:

NO.	Pertanyaan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Contoh:

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bersedia melakukan pekerjaan apapun	✓				

1. MINAT PENGGUNAAN
SHOPEEPAY (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Akan Bertransaksi						
1	Saya melakukan transaksi ShopeePay dalam waktu dekat.					
2	Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan ShopeePay.					
3	Saya cenderung menggunakan ShopeePay untuk transaksi di berbagai tempat.					
4	Saya merasa ShopeePay memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.					
5	Saya akan menggunakan ShopeePay untuk transaksi di masa depan					
Akan Merekomendasikan						
1	Saya akan merekomendasikan ShopeePay kepada teman-teman saya.					
2	Saya percaya bahwa ShopeePay adalah metode pembayaran yang baik untuk direkomendasikan.					
3	Saya sering membagikan pengalaman positif saya menggunakan ShopeePay kepada orang lain.					
4	Saya akan merekomendasikan ShopeePay kepada anggota keluarga saya					

5	Saya merasa penting untuk merekomendasikan ShopeePay kepada orang lain.					
Akan Terus Menggunakan						
1	Saya akan terus menggunakan ShopeePay dalam jangka panjang.					
2	Saya puas dengan pengalaman saya menggunakan ShopeePay sehingga ingin terus menggunakannya.					
3	Saya lebih memilih menggunakan ShopeePay dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.					
4	Saya akan tetap menggunakan ShopeePay meskipun ada metode pembayaran lain yang lebih baru.					
5	Saya ingin terus mengikuti perkembangan fitur baru dari ShopeePay.					

2. GAYA HIDUP (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Aktivitas (Activity)						
1	Saya sering menggunakan ShopeePay dalam aktivitas belanja sehari-hari.					
2	Saya aktif menggunakan ShopeePay untuk transaksi <i>online</i> .					
3	Saya merasa ShopeePay memudahkan aktivitas keuangan saya.					

4	Saya menggunakan ShopeePay untuk membayar berbagai jenis tagihan.					
5	Saya merasa lebih aktif dalam bertransaksi setelah menggunakan ShopeePay.					
<i>Minat (interest)</i>						
1	Saya tertarik untuk menggunakan ShopeePay lebih sering					
2	Saya merasa ShopeePay menawarkan fitur yang menarik bagi pengguna.					
3	Saya ingin mengetahui lebih banyak tentang promo dan fitur baru ShopeePay					
4	Saya merasa Minat Penggunaan terhadap ShopeePay meningkat seiring dengan pengalaman positif yang saya dapatkan.					
5	Saya sering mencari informasi tentang ShopeePay sebelum melakukan transaksi.					
<i>Pendapat (Opinion)</i>						
1	Saya percaya bahwa ShopeePay adalah metode pembayaran yang aman.					
2	Saya merasa ShopeePay memberikan manfaat lebih dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.					

3	Saya berpendapat bahwa penggunaan ShopeePay dapat meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi					
4	Saya merasa bahwa ShopeePay memiliki dampak positif terhadap Gaya Hidup saya.					
5	Saya percaya bahwa penggunaan ShopeePay dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya.					

3. LINGLUNGAN SOSIAL (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kelompok Acuan (<i>Reference Group</i>)						
1	Saya terpengaruh oleh teman-teman saya untuk menggunakan ShopeePay.					
2	Saya merasa bahwa penggunaan ShopeePay di kalangan teman-teman saya sangat umum.					
3	Saya sering mendiskusikan penggunaan ShopeePay dengan kelompok sosial saya.					
4	Saya merasa lebih tertarik untuk menggunakan ShopeePay ketika melihat teman-teman saya menggunakannya.					
5	Pendapat teman-teman saya sangat mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan ShopeePay.					
Keluarga (<i>Family</i>)						

1	Keluarga saya mendukung penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran.					
2	Saya sering mendapatkan saran dari keluarga tentang penggunaan ShopeePay					
3	Pengalaman keluarga saya dengan ShopeePay mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.					
4	Saya merasa lebih percaya diri menggunakan ShopeePay karena dukungan keluarga.					
5	Keluarga saya sering menggunakan ShopeePay, sehingga saya juga tertarik untuk menggunakannya.					
Peran dan Status (<i>Role and Status</i>)						
1	Saya merasa bahwa menggunakan ShopeePay meningkatkan status sosial saya di kalangan teman-teman.					
2	Saya percaya bahwa penggunaan ShopeePay mencerminkan Gaya Hidup modern.					
3	Saya merasa lebih dihargai oleh orang lain ketika menggunakan ShopeePay.					
4	Saya merasa bahwa status saya sebagai mahasiswa mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan ShopeePay.					
5	Saya percaya bahwa penggunaan ShopeePay dapat meningkatkan citra diri saya di Lingkungan Sosial.					

Tabulasi Data Minat Penggunaan ShopeePay (Y)

NO	MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY (Y)															TOT AL
	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y1 0	Y1 1	Y1 2	Y1 3	Y1 4	Y1 5	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	72
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	49
6	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	55
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59
8	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	5	54
9	3	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	38
10	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
12	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	35
15	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	54
16	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
17	2	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	3	3	5	60
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	62
19	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	5	5	4	4	4	57
20	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	35
21	3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	54
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	68
24	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
27	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	50
28	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	46
29	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	19
30	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	66
31	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43

32	2	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	49
33	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	43
34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
35	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	48
36	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
37	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	53
40	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	50
41	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	51
42	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	33
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	44
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
49	3	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	45
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
51	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	29
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	56
53	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	41
54	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	37
55	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	65
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	47
57	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
58	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	56
59	2	4	4	3	1	3	4	3	4	2	5	3	4	2	2	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	2	4	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	62
65	5	4	3	5	5	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	57
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

67	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	40
68	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	39
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
74	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	4	2	2	4	43
75	4	4	3	4	3	2	2	2	1	2	4	3	3	3	3	43
76	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	62
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	50
78	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	62
79	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	56
80	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
81	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	55
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
83	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	55
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
85	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	57
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	58
87	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	71
88	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	50
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
90	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
91	2	4	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	3	2	55
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
94	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	49
95	4	4	2	4	2	2	4	2	4	3	2	4	2	4	4	47
96	5	5	2	5	4	2	2	2	1	2	5	4	2	4	4	49
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
99	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	50
100	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	31
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

102	2	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	53
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
104	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
105	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
109	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	50
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
111	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	61
112	2	3	2	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	24
113	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	55
114	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	53
115	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	49
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
117	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	37
118	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
120	2	5	2	4	2	5	5	5	4	3	2	4	5	2	3	53
121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	47
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
123	3	4	4	3	5	3	4	4	3	3	5	5	3	4	3	56
124	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
125	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
126	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	53
127	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
128	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
129	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	4	55
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
131	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	56
132	3	5	5	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	4	58
133	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	54
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
135	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
136	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44

137	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1	2	1	2	2	24
138	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	59
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
141	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	58
142	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	72
143	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
145	5	4	3	5	5	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	57
146	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
147	5	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	42
148	5	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	42
149	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
151	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	47
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
153	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	61
154	2	3	2	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	24
155	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	49
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
157	5	5	2	5	4	2	2	2	1	2	5	4	2	4	4	49

Tabulasi Gaya Hidup (X₁)

NO	GAYA HIDUP X1															Total
	X ₁ . P1	X ₁ . P2	X ₁ . P3	X ₁ . P4	X ₁ . P5	X ₁ . P6	X ₁ . P7	X ₁ . P8	X ₁ . P9	X ₁ . P10	X ₁ . P11	X ₁ . P12	X ₁ . P13	X ₁ . P14	X ₁ . P15	
1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	73
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	2	2	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	3	51
6	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	56
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	64
8	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	48
9	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	64
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31
15	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	51
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	64
18	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	4	4	5	4	4	57
19	3	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	57
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
21	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	54
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
23	3	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	65
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	46
27	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	52
28	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	47
29	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	19
30	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61
31	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
32	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	47

33	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	46
34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	55
35	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	42
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	57
40	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5	4	3	4	3	4	54
41	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	53
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
47	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	30
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
49	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
51	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
52	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	47
53	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	39
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	33
55	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	69
56	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	53
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
59	4	4	3	4	3	4	2	1	3	1	2	3	2	3	3	42
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	71
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

68	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	38
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	1		65
74	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	5	2	3	3	2	42
75	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	4	3	3	2	2		33
76	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	61
77	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
79	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	59
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
81	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	55
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
83	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
85	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	55
86	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
87	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
88	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	4	3	3	44
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
90	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	63
91	2	3	4	4	4	4	4	5	2	5	3	1	2	4	5	5	53
92	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	47
95	4	5	2	3	4	2	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	58
96	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	67
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
99	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	48
100	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	46
102	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	54

103	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	48
104	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	45	
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
111	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	62	
112	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	22	
113	2	2	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	49	
114	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	51	
115	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	49	
116	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	
117	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	45	
118	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
120	1	1	3	1	2	1	2	3	4	1	3	4	4	4	5	39	
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	56	
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
123	3	3	4	4	5	5	3	3	4	4	5	3	3	5	5	59	
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	48	
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
126	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	44	
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74	
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	47	
129	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	54	
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
131	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	54	
132	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	56	
133	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	53	
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
137	1	5	3	1	2	1	4	3	2	2	3	3	3	2	2	37	

138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
141	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	59
142	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	73
143	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
147	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
148	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	38
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	56
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
153	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	62
154	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	22
155	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	51
156	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	49
157	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30

Tabulasi Lingkungan Sosial (X₂)

NO	LINGKUNGAN SOSIAL X2															Total
	X.P1	X.P2	X.P3	X.P4	X.P5	X.P6	X.P7	X.P8	X.P9	X.P10	X.P11	X.P12	X.P13	X.P14	X.P15	
1	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	59
2	4	5	5	2	5	5	3	4	4	4	3	3	3	5	3	58
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	1	3	2	3	3	5	1	3	2	4	3	4	2	3	2	41
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	53
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	46
9	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	39
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
12	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	49
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
15	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	46
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	57
18	4	5	4	4	4	3	3	3	2	2	4	5	4	4	5	56
19	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	49
20	1	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	28
21	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	1	45
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
25	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	57
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	43
29	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	23
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

32	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	41
33	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	35
34	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	53
35	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	34
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	44
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	52
40	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	51
41	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	50
42	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	38
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
47	1	3	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	23
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
49	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43
50	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	51
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
52	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	55
53	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
54	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	22
55	5	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	3	5	4	4	64
56	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	51
57	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	71
58	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	48
59	4	4	3	2	2	4	2	2	4	3	3	4	4	4	3	48
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	57
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
68	2	3	1	3	3	2	2	2	1	1	3	3	1	2	3	32
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	67
74	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	1	35
75	1	3	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	22
76	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	59
77	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
78	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	44
79	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	2	3	1	4	1	51
80	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
81	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	52
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
83	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	53
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
85	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	49
86	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	50
87	5	5	3	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	59
88	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	39
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
90	5	3	1	5	3	5	1	3	5	3	5	1	3	5	3	51
91	5	3	1	2	1	3	2	5	2	2	5	5	5	4	5	50
92	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	63
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
94	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	48
95	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	64
96	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	68
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	48
100	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	2	36
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

102	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	2	3	2	49
103	5	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39
104	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	39
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
109	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
111	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	66
112	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	33
113	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	45
114	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	53
115	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	47
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
117	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	47
118	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
120	5	3	3	3	4	4	3	5	5	4	1	3	4	3	4	54
121	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	55
122	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
123	5	3	3	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	5	63
124	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
127	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
129	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	50
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
131	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	4	47
132	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	53
133	4	4	2	4	3	4	3	4	3	5	2	4	2	2	2	48
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

137	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	33
138	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	52
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
141	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	59
142	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	73
143	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
147	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
148	2	3	1	3	3	2	2	2	1	1	3	3	1	2	3	32
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
151	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	55
152	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
153	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	66
154	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	33
155	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	53
156	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	47
157	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	68

TCR MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY (Y)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
Y1.P1	29	62	39	21	6	3,55	71%	Setuju
Y1.P2	30	74	43	6	4	3,76	75%	Setuju
Y1.P3	18	51	58	24	6	3,32	66%	Setuju
Y1.P4	30	80	38	5	4	3,81	76%	Setuju
Y1.P5	20	67	57	9	4	3,57	71%	Setuju
Y1.P6	21	59	63	11	3	3,54	71%	Setuju
Y1.P7	26	68	48	13	2	3,66	73%	Setuju
Y1.P8	23	55	58	15	6	3,47	69%	Setuju
Y1.P9	18	63	59	8	9	3,46	69%	Setuju
Y1.P10	19	52	68	12	6	3,42	68%	Setuju
Y1.P11	25	61	53	11	7	3,60	71%	Setuju
Y1.P12	24	67	50	11	5	3,34	72%	Setuju
Y1.P13	18	52	58	23	6	3,34	67%	Setuju
Y1.P14	15	55	61	21	5	3,55	67%	Setuju
Y1.P15	24	67	50	11	5	3,60	72%	Setuju
TOTAL						3,53	71%	Setuju

TCR GAYA HIDUP

Pernyataan	SS	S	N	T	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
X1.P1	15	56	56	21	9	3,30	66%	Setuju
X1.P2	20	56	57	16	8	3,41	68%	Setuju
X1.P3	17	65	55	13	7	3,46	69%	Setuju
X1.P4	19	63	51	15	9	3,43	69%	Setuju
X1.P5	17	55	59	20	6	3,36	67%	Setuju
X1.P6	17	56	59	15	10	3,35	67%	Setuju
X1.P7	22	60	58	11	6	3,52	70%	Setuju
X1.P8	21	68	52	10	6	3,56	71%	Setuju
X1.P9	22	65	56	11	3	3,59	72%	Setuju
X1.P10	23	65	50	13	6	3,55	71%	Setuju
X1.P11	23	68	52	11	3	3,62	72%	Setuju
X1.P12	20	56	63	16	2	3,48	70%	Setuju
X1.P13	22	71	52	10	2	3,64	73%	Setuju
X1.P14	23	58	57	16	3	3,52	70%	Setuju
X1.P15	22	62	55	14	4	3,54	71%	Setuju
TOTAL						3,49	70%	Setuju

TCR LINGKUNGAN SOSIAL

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	TCR	keterangan
X2.P1	26	50	57	17	7	3,45	69%	Setuju
X2.P2	21	75	51	8	2	3,67	73%	Setuju
X2.P3	15	62	59	12	9	3,39	68%	Setuju
X2.P4	21	59	59	13	5	3,50	70%	Setuju
X2.P5	18	58	65	11	5	3,46	69%	Setuju
X2.P6	21	57	57	17	5	3,46	69%	Setuju
X2.P7	17	47	64	22	7	3,29	66%	Setuju
X2.P8	15	51	67	19	5	3,33	67%	Setuju
X2.P9	19	49	59	23	7	3,32	66%	Setuju
X2.P10	22	48	63	16	8	3,38	68%	Setuju
X2.P11	16	56	61	16	8	3,36	67%	Setuju
X2.P12	19	66	56	11	5	3,53	71%	Setuju
X2.P13	19	46	60	22	10	3,27	65%	Setuju
X2.P14	22	54	61	13	7	3,45	69%	Setuju
X2.P15	17	55	58	18	9	3,34	67%	Setuju
TOTAL						3,41	68%	Setuju

UJI RELIABILITAS

MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.775	16

GAYA HIDUP (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.777	16

LINGKUNGAN SOSIAL (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.775	16

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,79394597
Most Extreme Differences	Absolute	0,123
	Positive	0,123
	Negative	-0,097
Test Statistic		0,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0,163
Point Probability		0,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000		
Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000	0,223	4,476
Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026	0,223	4,476

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,559	1,250		4,448	0,000
	Gaya Hidup	-0,051	0,048	-0,179	-1,064	0,289
	Lingkungan Sosial	0,006	0,049	0,022	0,128	0,898

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.915 ^a	0,838	0,835	4,825	1,844

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000
	Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000
	Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026

a. Dependent Variable: Y

UJI PARSIAL (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,654	1,706		3,900	0,000
Gaya Hidup	0,740	0,066	0,776	11,289	0,000
Lingkungan Sosial	0,149	0,066	0,155	2,253	0,026

a. Dependent Variable: Y

UJI SIMULTAN (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18478.821	2	9239.410	396.875	.000 ^b
	Residual	3585.179	154	23.280		
	Total	22064.000	156			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	0,838	0,835	4,825

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

r table

Tabel r Product Moment											
Pada Sig.0,05 (Two Tail)											
N	R	N	r	N	r	N	r	N	R	N	R
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

t tabel (n-k = 157-3 =154)

df	0,05	0,025
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975
157	1.655	1.975

Table dw

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	DI	dU	dL	dU	DI	dU	dL	Du	dL	dU
137	1.7062	1.7356	1.6914	1.7506	1.6765	1.7659	1.6613	1.7813	1.6461	1.7971
138	1.7073	1.7365	1.6926	1.7514	1.6778	1.7665	1.6628	1.7819	1.6476	1.7975
139	1.7084	1.7374	1.6938	1.7521	1.6791	1.7672	1.6642	1.7824	1.6491	1.7979
140	1.7095	1.7382	1.6950	1.7529	1.6804	1.7678	1.6656	1.7830	1.6507	1.7984
141	1.7106	1.7391	1.6962	1.7537	1.6817	1.7685	1.6670	1.7835	1.6522	1.7988
142	1.7116	1.7400	1.6974	1.7544	1.6829	1.7691	1.6684	1.7840	1.6536	1.7992
143	1.7127	1.7408	1.6985	1.7552	1.6842	1.7697	1.6697	1.7846	1.6551	1.7996
144	1.7137	1.7417	1.6996	1.7559	1.6854	1.7704	1.6710	1.7851	1.6565	1.8000
145	1.7147	1.7425	1.7008	1.7566	1.6866	1.7710	1.6724	1.7856	1.6580	1.8004
146	1.7157	1.7433	1.7019	1.7574	1.6878	1.7716	1.6737	1.7861	1.6594	1.8008
147	1.7167	1.7441	1.7030	1.7581	1.6890	1.7722	1.6750	1.7866	1.6608	1.8012
148	1.7177	1.7449	1.7041	1.7588	1.6902	1.7729	1.6762	1.7871	1.6622	1.8016
149	1.7187	1.7457	1.7051	1.7595	1.6914	1.7735	1.6775	1.7876	1.6635	1.8020
150	1.7197	1.7465	1.7062	1.7602	1.6926	1.7741	1.6788	1.7881	1.6649	1.8024
151	1.7207	1.7473	1.7072	1.7609	1.6937	1.7747	1.6800	1.7886	1.6662	1.8028
152	1.7216	1.7481	1.7083	1.7616	1.6948	1.7752	1.6812	1.7891	1.6675	1.8032
153	1.7226	1.7488	1.7093	1.7622	1.6959	1.7758	1.6824	1.7896	1.6688	1.8036
154	1.7235	1.7496	1.7103	1.7629	1.6971	1.7764	1.6836	1.7901	1.6701	1.8040
155	1.7244	1.7504	1.7114	1.7636	1.6982	1.7770	1.6848	1.7906	1.6714	1.8044
156	1.7253	1.7511	1.7123	1.7642	1.6992	1.7776	1.6860	1.7911	1.6727	1.8048
157	1.7262	1.7519	1.7133	1.7649	1.7003	1.7781	1.6872	1.7915	1.6739	1.8052
158	1.7271	1.7526	1.7143	1.7656	1.7014	1.7787	1.6883	1.7920	1.6751	1.8055
159	1.7280	1.7533	1.7153	1.7662	1.7024	1.7792	1.6895	1.7925	1.6764	1.8059
160	1.7289	1.7541	1.7163	1.7668	1.7035	1.7798	1.6906	1.7930	1.6776	1.8063



SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 1238 / KEP / II.3 / AU / F / 2024

TENTANG :

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2024 / 2025**

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

- Menimbang :
1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;
 2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;
 3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

- Mengingat :
1. AD dan ART Muhammadiyah
 2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
 3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.
 4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020
 5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.
 6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

Menetapkan

Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;

Nama : YURIS TARISA
Bp/NPM : 21070063
Prodi : Manajemen

Judul Tugas Akhir/Skripsi :

Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UM Sumatera Barat

Kedua : Menunjuk :

1. Usmiar, SE, M.Si Ditugaskan Sebagai Pembimbing I
2. Leli Suwita, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing II

Ketiga : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
Pada tanggal : 25 Rabiul Akhir 1446
28 Oktober 2024



Yimmu Puteri Sari, S.E., M. Si
NIDN. 1019098502

Tembusan:

1. Rektor UM Sumbar
2. Yang bersangkutan
3. Arslp



SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1 - Jl. Dairi Kandang No. 4 Kota Tinggi, Padang

Nomor : 12384 / KEP /IL.3/AU/F/2024
Lamp. : 1 lembar
Hal : Pembimbing Skripsi

Padang, 25 Rabiul Akhir 1446
28 Oktober 2024

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. Usmiar, SE, M.Si
2. Leli Suwita, SE, MM

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbar
di
Padang

Assalammu 'alaikum wr. wb.

Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama : YURIS TARISA
N I M : 21070063
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : Strata I (S1)
Dengan Judul : *Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UM Sumatera Barat*

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

*Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalammu 'alaikum wr. wb.*



Puteri Sari, S.E., M. Si
NIDN. 1019098502



DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : YURIS TARISA
 NIM : 21070063
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UM Sumatera Barat

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	30/10-24	Perbaiki keseluruhan		
2.	30/10-24	Tambahan teori dan penambahan sampel.		SA
3.	4/11-24	Perbaik BAB I. II dan III		
4.	6/11-24	ACC Skripsi		
5.	8/11-24	Acc skripsi.		SA
6.	15/1-25	Perbaikan Bab IV		
7.	16/1-25	ACC Revisi (sifatnya pb?)		
8.	17/01-25	Perbaikan bab IV & V		SA
9.	20/01-25	ACC akhir di bidangnya		SA
10.	6/2-25	ACC komprehensif		



Padang,

Dekan

Immu Puteri Sari, S.E., M. Si
 NIDN. 1019098502

SURAT IZIN PENELITIAN
Nomor : 1242/KET/I.I/D/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dedi Satria, S.Si., M.Eng., Ph.D
NIDN : 103 0098 001
Jabatan : Wakil Rektor I
Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Memberikan izin kepada:

Nama : Yuris Tarisa
NIM : 21070063
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : SI - Manajemen

Untuk melakukan penelitian dan pengambilan data yang dibutuhkan mulai tanggal 09 Desember 2024 s/d 09 Januari 2025 dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir mahasiswa tersebut yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa UM Sumatera Barat". Mahasiswa diminta untuk memberikan satu rangkap Tugas Akhir/ Skripsi untuk di serahkan ke bagian Rektorat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Demikian surat izin ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 17 Jumadil Akhir 1446 H
18 Desember 2024 M


A.n. Rektor
Wakil Rektor I,
Dedi Satria, S.Si., M.Eng., Ph.D
NIDN. 103 0098 001

Tembusan
1. Fakultas Ekonomi UM Sumatera Barat
2. Arsip

PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL

Telah disetujui untuk Seminar Proposal

**“Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan
Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”**

Nama : Yuris Tarisa
NIM : 21070063
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 18-11-2024

Pembimbing II



Leli Suwita, SE, MM
Padang, 18-11-2024

Mengetahui,
Ketua Prodi



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 18-11-2024

PERSETUJUAN SEMINAR HASIL

Telah disetujui untuk Seminar Hasil

**“Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan
Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”**

Nama : Yuris Tarisa
NIM : 21070063
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 20-01-2025

Pembimbing II



Leli Suwita, SE, MM
Padang, 20-01-2025

Mengetahui,
Ketua Prodi



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 20-01-2025

PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Telah disetujui untuk Ujian Komprehensif

**“Pengaruh Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan
Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat”**

Nama : Yuris Tarisa
NIM : 21070063
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I


Usmiar, SE, M.Si
Padang, 10-02-2025

Pembimbing II


Leli Suwita, SE, MM
Padang, 10-02-2025

Mengetahui,
Ketua Prodi


Usmiar, SE, M.Si
Padang, 10-02-2025

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 232/KET /II.3.AU/D/2025

Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : *Yuris Tarisa*
N I M : 21070063
Program Studi : SI Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

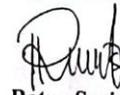
**“PENGARUH GAYA HIDUP DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT
PENGUNAAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT”.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme kurang dari 30 % pada setiap subbab naskah Tugas Akhir/Skripsi yang di susun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasarat untuk mengikuti ujian Tugas Akhir/Skripsi.



Impti Puteri Sari, S.E., M. Si
NIDN: 1019098502

Padang, 10 Februari 2025
Operator Fakultas Ekonomi


Ratna Sari, S. Kom
NIK. 21022017

DOKUMENTASI



**Dokumentasi Bersama Sumber Informan
Bagian Kemahasiswaan UM Sumatera Barat**



**Pengisian Kuesioner Secara Langsung
Oleh Mahasiswa UM Sumatera Barat**

Foto

