

Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Flip Ditinjau dari Perspektif Bisnis Islam

Nurul Fadhillah*, Nurbaiti, Siti Aisyah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*E-mail: fadhillahnurul49@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze consumer behavior that arises due to factors such as convenience, usefulness and safety in using the Flip application. The population in this study was 140,642 students. Meanwhile, the sample used was 400 respondents using purposive sampling technique. The method used in this research is a descriptive quantitative method. The data used in this research is primary, taken from the results of distributing questionnaires to active students at the North Sumatra State Islamic University, Medan. The data obtained from distributing the questionnaire was then processed using SPSS 22. This research obtained the results that the convenience variable (X1) had no positive and significant effect on consumer behavior in using the Flip application. The usefulness variable (X2) has a positive and significant effect on consumer behavior in using the Flip application. The security variable (X3) has a positive and significant effect on consumer behavior in using the Flip application. The R2 test in this study shows that there is an influence of the convenience variable, usefulness variable and security variable of 63% in using the Flip application. While the remaining 37% is influenced by other factors. Researchers can conclude that these factors result in consumer behavior. The practices carried out in transactions using the Flip application can be said to be protected from usury.

Keywords: Benefit Factors; Convenience Factor; Safety Factor; Consumptive behaviour.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis perilaku konsumtif yang timbul akibat adanya faktor – faktor seperti kemudahan, kemanfaatan, keamanan dalam menggunakan aplikasi Flip. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 140.642 mahasiswa. Sedangkan sampel yang dipakai sebanyak 400 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer yang diambil dari hasil menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Data yang di peroleh

hasil penyebaran kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS 22. Penelitian ini memperoleh hasil variabel kemudahan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi Flip. Variabel kemanfaatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi Flip. Variabel keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi Flip. Dari uji R^2 pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel kemudahan, variabel kemanfaatan, dan variabel keamanan sebesar 63% dalam menggunakan aplikasi Flip. Sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain. dapat peneliti simpulkan dari faktor – faktor tersebut mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif. Praktik yang dilakukan dalam transaksi menggunakan aplikasi Flip dapat dikatakan sudah terhindar dari riba.

Kata Kunci: Faktor Kemanfaatan; Faktor Kemudahan; Faktor Keamanan; Perilaku Konsumtif.

1. Pendahuluan

Financial Technology atau Teknologi Finansial sering disebut dengan Fintech. Fintech merupakan sebuah industri jasa keuangan. Fintech merupakan suatu sistem yang dibangun untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan. Secara spesifik, fintech menggabungkan layanan jasa keuangan dengan teknologi. Fintech ini sedikit berbeda dengan sektor perbankan, fintech merupakan bisnis model baru yang memberikan jasa keuangan terutama bagi masyarakat dalam bertransaksi keuangan sehari – hari tanpa harus memiliki akun bank.¹ Namun, di Indonesia fintech juga tetap diawasi dan diberikan regulasi yang berlaku dari pemerintah melalui Bank Indonesia dan OJK (Otoritas Jasa Keuangan).

Salah satu Fintech transfer dana di Indonesia yang pertama kali mendapatkan izin dari Bank Indonesia dengan Nomor: 18/196/DKSP/68 yaitu PT Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi asal Depok dengan merek dagang yaitu Aplikasi Flip Transfer Bank dan E-Wallet.² Flip merupakan perusahaan transfer dana berbasis aplikasi yang dapat diunduh melalui playstore dan appstore.

Flip adalah aplikasi penyedia layanan transfer beda bank secara gratis, didirikan oleh Rafi Putra Arriyan, Luqman Sungkar, dan Ginanjar Ibnu Solikhin pada Tahun 2015. Flip bekerjasama dengan ratusan lebih bank di Indonesia untuk menangani transfer beda bank gratis. Flip mendapat lisensi keamanan dan operasional resmi dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2016.

Pengguna Teknologi Keuangan oleh generasi Z, khususnya penggunaan Flip selain memberikan manfaat kemudahan dan kecepatan, namun dapat mendorong perilaku generasi Z kearah konsumtif.³ Menurut penelitian

¹ Narastri, (2020), *Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Bisnis Islam. Indonesia Interdisciplinary journal of sharia Economics (IJSE)*, 2(2), hal.160

² BI. (2020). *License*. <https://flip.id/lisensi>

³ Imsar, (2022), *Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Scale Up Bisnis UMKM Kota Medan Dalam Kerangka Maqashid Syariah*. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6, hal. 110

Anesty Hayatunufus Hafsyah (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan transaksi online. Terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan transaksi online.⁴

Peneliti selanjutnya menurut Luh Gede Kusuma Dewi, meunjukkan bahwa pengguna E-Money berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini perlu kontrol diri untuk mengatasi perilaku konsumtif tersebut.⁵

UINSU, merupakan salah satu lembaga pendidikan ternama di Sumatera Utara dimana, saat penelitian ini dilakukan mahasiswa UINSU merupakan golongan dari generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus kepada melihat apa saja yang mendorong mahasiswa UINSU dalam menggunakan teknologi finansial khususnya Fintech dalam kehidupan sehari – hari. Dan apakah penggunaan Flip mampu mendorong mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara menjadi lebih konsumtif.

Penggunaan Teknologi Keuangan oleh mahasiswa UINSU berpendapat bahwa menggunakan Flip memberikan mereka kemudahan dalam bertransaksi transfer beda bank dalam hal berbelanja dan memudahkan mereka dalam pengisian E-Wallet. Dan mengingat bahwa mayoritas mahasiswa UINSU belum memiliki pendapatan pribadi, sehingga perilaku konsumtif dikhawatirkan dapat membawa efek negatif bagi keseimbangan financial generasi Z di kemudian hari.

Adapun penelitian ini dilanjutkan dengan membahas melalui perspektif bisnis Islam. Hal ini dikarenakan Flip memberikan pelayanan biaya admin Rp.0 sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, sehingga peneliti juga ingin menganalisa apakah praktek bisnis yang dijalankan oleh Flip tersebut sesuai dengan Bisnis Islam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul penelitian “Analisa Perilaku Konsumtif Generasi Z Menggunakan Aplikasi FLIP Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam”.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni, metode kuantitatif ditunjukkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis.⁶Tempat penelitian dalam penelitian kuantitatif benar menunjukkan lokasi dimana

⁴ Hafsyah, Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce), Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 01(6)

⁵ Dewi, dkk, Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi control diri. EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan), 5(1)

⁶ Lubis (2022), *Penggunaan Dompot digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif Pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi*, Al-Tasyree : Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi, 2 (1), hal.10

penelitian tersebut dilaksanakan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Sumatera Utara tepatnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) yang beralamat di Jalan Willeam Iskandar Pasar V Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 202371. Dilaksanakan pada bulan Feb 2022 - Feb 2023. Populasi penelitian ini adalah Seluruh mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) TA. 2018-2022 semester gasal merupakan populasi dalam penelitian ini sebesar 140.642 orang, teknik pengambilan sampel yang peneliti lakukan menggunakan rumus *Slovina*. Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yang menggunakan aplikasi Flip. Sehingga data primer dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif TA. 2018-2022 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

3. Hasil dan Analisis

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Oscar & Sumirah, 2019).⁷ Dalam penelitian ini penulis mengelolah data menggunakan aplikasi SPSS.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Untuk drajat bebas (*degree of freedom*) diperoleh dari jumlah sampel dikurangi 2 ($df = N-2$). Dalam penelitian ini, besarnya $df = 400 - 2 = 398$ dan alpha 5% (0,05) didapat nilai r tabel sebesar 0,09.

Tabel 1 Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel 5% (0,098)	keterangan
Kemudahan (X1)			
Item 1	0,790	0,098	Valid
Item 2	0,745	0,098	Valid

⁷ Oscar, Sumirah, Pengaruh Grooming Pada Costumer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra Internasional TBK, Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 9(1), hal.11

Item 3	0,696	0,098	Valid
Item 4	0,676	0,098	Valid
Item 5	0,757	0,098	Valid
Manfaat (X2)			
Item 1	0,552	0,098	Valid
Item 2	0,745	0,098	Valid
Item 3	0,642	0,098	Valid
Item 4	0,666	0,098	Valid
Item 5	0,705	0,098	Valid
Item 6	0,739	0,098	Valid
Item 7	0,641	0,098	Valid
Keamanan (X3)			
Item 1	0,792	0,098	Valid
Item 2	0,803	0,098	Valid
Item 3	0,769	0,098	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)			
Item 1	0,784	0,098	Valid
Item 2	0,750	0,098	Valid
Item 3	0,731	0,098	Valid
Item 4	0,671	0,098	Valid

Sumber : Olahan Data SPSS 22

Tabel diatas diketahui 4 variabel memiliki r hitung > r tabel sehingga semua pertanyaan mendukung dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 2 Uji Validitas

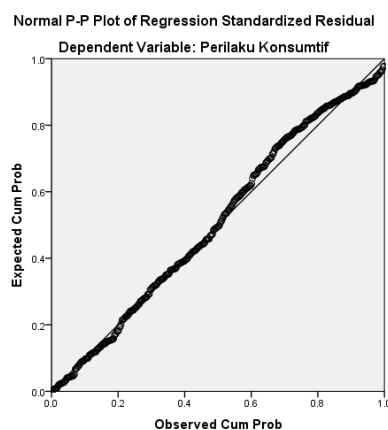
Variabel	Cornbach Alpha	Batas	keterangan
Kemudahan (X1)	0,785	0,6	Reliebel
Kemanfaa (X2)	0,769	0,6	Reliebel
Keamanan (X3)	0,725	0,6	Reliebel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,716	0,6	Reliebel

Sumber : Olahan Data SPSS 22

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cornbach Alpha lebih besar dari 0,60. Sehingga semua variabel adalah reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1 Uji Normalitas

P-P plot sebaran data (titik - titik) garis dan masih berada disekitar garis diagonal jadi, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

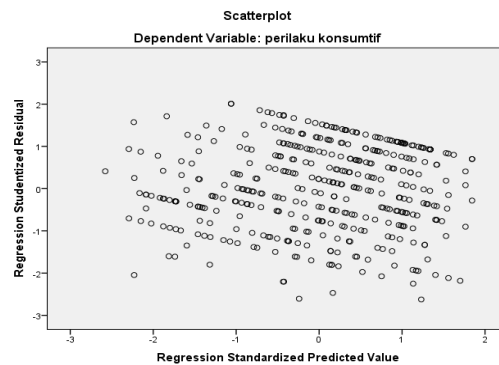
b. Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	5.868	1.171		5.012	.000			
Kemudahan	.119	.045	.134	1.943	.109	.850	1.177	
Kemanfaatan	.140	.039	.187	3.568	.000	.796	1.257	
Keamanan	.247	.069	.179	3.598	.002	.878	1.139	

Dapat dilihat tabel 3 nilai tolerance variabel faktor kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), keamanan (X3), dari seluruh variabel nilai tolerance > 0.10. hal ini dapat dikatakan tidak terjadinya multikolinieritas pada model regresi.

C. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik pada data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu y, dengan demikian model tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.868	1.171		5.012
Kemudahan	.119	.045	.134	1.943	.109
Kemanfaatan	.140	.039	.187	3.568	.000
Keamanan	.247	.069	.179	3.598	.002

Tabel 4 di atas merupakan hasil uji persamaan regresi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear.

E. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan keputusan apakah variabel tersebut diterima atau ditolak yaitu dengan pengambilan nilai t hitung dengan t tabel dan nilai signifikan sebagai berikut:

1. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel dan sig $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila nilai t hitung $<$ t tabel dan nilai sig $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun nilai t tabel dapat dihitung dengan $df = n - k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Maka $df = 400 - 2 = 498$ dan $\alpha = 5\%$ t tabel sebesar 1,965. Berikut hasil uji t dalam penelitian ini:

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.868	1.171		5.012	.000		
Faktor Kemudahan	.119	.045	.134	1.943	.109	.850	1.177
Faktor Kemanfaatan	.140	.039	.187	3.568	.000	.796	1.257
Faktor Keamanan	.247	.069	.179	3.598	.002	.878	1.139

Pada tabel uji t dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor kemudahan
Memiliki nilai t hitung sebesar 1,943 $<$ t tabel 1,965 artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
2. Faktor kemanfaatan
Memiliki nilai t hitung 3,586 $>$ t table 1,965 artinya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Faktor kemanfaatan
Memiliki nilai t hitung 3,598 $>$ t tabel 1965 artinya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

F. Uji Simultan (F)

Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	633.874	3	211.291	20.890	.000 ^b
Residual	4005.316	396	10.114		
Total	4639.190	399			

Berdasarkan tabel di atas nilai F hitung diketahui sebesar 20.890. dengan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$ sehingga dihasilkan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 400 - 4 = 396$ maka diperoleh besarnya F tabel sebesar 2.627 sehingga diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.890 > 2.627$ serta nilai signifikan $.000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa faktor kemudahan (X1), faktor kemanfaatan (X2), faktor keamanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

G. Koefisien determinasi (R^2)uji determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.637	.630	4.180

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,630 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel faktor kemudahan (X1), Faktor kemanfaatan (X2), faktor keamanan (X3), memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Pembahasan terkait hasil pengujian dari masing – masing sebagai berikut :

a. Pengaruh faktor kemudahan terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara faktor kemudahan terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan hasil nilai $t_{hitung} 1,643 < t_{tabel} 1,965$ Oleh karena itu faktor kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Flip tidak menjadikan mereka sebagai perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ali Mujahid, dkk (2020) berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan, kemudahan, kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap

perilaku konsumtif. Menurut Mariesa Giswandhani (2020) berdasarkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai terhadap perilaku konsumtif merujuk pada dimensinya yaitu kurang mudah dipahami, memerlukan pemikiran panjang dalam menggunakannya. Selanjutnya menurut Riska (2022) berdasarkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh kemudahan dalam menggunakan Digital Payment terhadap perilaku konsumtif.

b. Pengaruh faktor kemanfaatan terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 22 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor kemanfaatan terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan hasil nilai $t_{hitung} 3,568 > t_{tabel} 1,965$. Sebagaimana menunjukkan faktor kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dapat dikatakan bahwa faktor ini dapat membuat pengguna menggunakan jasa atau barang secara berlebihan sehingga menjadikan mereka sebagai perilaku konsumtif. Ini dapat terjadi akibat kemanfaatan yang dirasakan pengguna pada saat mengoperasikan aplikasi Flip dalam kegiatan bertransaksi.

Menurut Gusi Putu Lestara Permai dkk (2021), berdasarkan penelitian ini faktor kemanfaatan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif menggunakan fintech, sehingga dapat dikatakan kemanfaatan dan kepercayaan menjadi kan mereka sebagai perilaku konsumtif.

selanjutnya menurut Mislah Hayati dkk, (2020) mengatakan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan digital keuangan adalah faktor kemanfaatan yang efisien dan praktis.

Selanjutnya penelitian menurut Irna Kumala, dkk (2020) berdasarkan hasil penelitian ini manfaat yang diberikan dalam menggunakan dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

c. Pengaruh faktor keamanan terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian ini, sebagaimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel faktor keamanan terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan hasil nilai $t_{hitung} 3,568 > t_{tabel} 1,965$. Sebagaimana menunjukkan faktor keamanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip telah memberikan rasa aman kepada setiap pengguna Flip.

Menurut Adiba Yahya (2021), berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan dan keamanan dalam menggunakan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya menurut Yayasan Syania Sabilla Taqwa (2022), berdasarkan penelitian ini keamanan

menggunakan e-payment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Menurut dwi Rorin Mauludin Insana (2021) berdasarkan penelitian ini bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memberikan kemanan menggunakan transaksi uang elektronik.

Menurut Muhammad Naufal Widyamaharddhika (2022), mengatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi Flip. Untuk menjadikan financial teknologi sebagai peluang yang baik serta begi penyedia layanan untuk berinovasi guna mengembangkan layanan aplikasi Flip.

- d. Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, keamanan secara bersama terhadap perilaku konsumtif.

Pada penelitian ini hasil dari pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel - variabel yang digunakan penelitian ini dapat menjelaskan faktor - faktor yang mempengaruhi pengguna Flip menjadi perilaku konsumtif sebesar 0,630 atau 63%. Sedangkan 37% lainnya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Berlian Tiara Agata (2022) yang meneliti faktor - faktor yang mendorong orang dalam menggunakan aplikasi flip dimana faktor kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat Terhadap perilaku konsumtif. Menurut Tania Yolandia dkk, (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan transaksi online.

4. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti melalui pengumpulan data, pengolahan data, serta menganalisis data mengenai "Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Menggunakan Aplikasi Flip Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam" sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi Flip tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Kemanfaatan dalam menggunakan aplikasi Flip berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Keamanan dalam menggunakan aplikasi Flip berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4. Kemudahan, kemanfaatan, keamanan dalam menggunakan aplikasi Flip secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

5. Praktik yang dilakukan dalam transaksi menggunakan aplikasi Flip dapat dikatakan sudah terhindar dari riba . dengan catatan deposit di Flip ini tidak berkurang karena sebab riba.

Referensi

- BI. (2020). *License*. <https://flip.id/lisensi>
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Pengguna E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online(E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(6).
- Hulaimi, A., & Huzaini, M. (2020). Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2(1), 17–32.
- Imzar, Y. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Scale Up Bisnis UMKM Kota Medan Dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6, 104–118.
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi ...*, 2(01), 1–10. <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/710>
- Nabila, W. J., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion Syariah: Studi Kasus Mahasiswi FEBI
- UINSU. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–105. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i1.2265>
- Narastri, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170. <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 22–37. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.846>
- Nurbaiti, Nurbaiti, Rizka Octavia, D., Nurmitha, R., & Veronika, R. (2022). Peluang Dan Tantangan Bisnis Pada Era Revolusi Industri 4.0 Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-*

- Bisnis*), 4(1), 31-40. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.422>
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1-11.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia*, 101.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (FINTECH). *At-Tawassuth*, III, 643-661.