

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gaya Hidup

1. Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup secara umum dapat diartikan sebagai pola hidup yang mencerminkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya dalam berbagai aktivitas, apa yang mereka anggap memiliki nilai penting dalam lingkungan sekitar, serta bagaimana pandangan mereka terhadap diri sendiri dan dunia di sekitarnya. Setiap masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda satu sama lain. Bahkan, seiring berjalannya waktu, gaya hidup individu maupun kelompok masyarakat tertentu akan mengalami perubahan secara dinamis. Namun demikian, perubahan tersebut tidak terjadi secara cepat, sehingga dalam rentang waktu tertentu, gaya hidup cenderung bersifat relatif stabil atau tetap.¹

Menurut Alfred Adler, seorang ahli psikologi, gaya hidup dapat diartikan sebagai serangkaian perilaku yang memiliki makna bagi individu maupun orang lain dalam konteks waktu dan tempat tertentu. Gaya hidup mencakup berbagai aspek, seperti interaksi sosial, pola konsumsi, hiburan, serta cara berpakaian. Perilaku yang tercermin dalam gaya hidup merupakan perpaduan antara kebiasaan, norma atau cara-cara yang telah disepakati dalam menjalankan suatu aktivitas, serta tindakan yang dilakukan secara terencana.²

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menitikberatkan pada perilaku seseorang,

¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*, (Jakarta : Divisi kencana, 2003), 80.

² Doni Junni Priansa, *Prilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 185.

termasuk bagaimana ia menjalani kehidupannya, mengelola keuangan, serta memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup memiliki perbedaan mendasar dengan kepribadian. Kepribadian lebih berfokus pada karakteristik mendalam yang melekat dalam diri seseorang, yang mencakup cara berpikir, merasakan, dan memandang dunia di sekitarnya.

Meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, gaya hidup dan kepribadian memiliki keterkaitan yang erat. Kepribadian merepresentasikan karakteristik internal individu, sedangkan gaya hidup mencerminkan perwujudan eksternal dari karakteristik tersebut dalam bentuk perilaku nyata. Misalnya, seseorang dengan kepribadian yang berani cenderung menyukai aktivitas atau hobi yang penuh tantangan, seperti olahraga ekstrem atau petualangan alam. Sebaliknya, individu dengan kepribadian yang lebih berhati-hati mungkin lebih memilih kegiatan yang memiliki risiko lebih rendah dan memberikan rasa aman.³

Gaya hidup generasi saat ini cenderung lebih mengutamakan merek dibandingkan kebutuhan utama. Perkembangan e-commerce berkontribusi terhadap pola konsumsi yang cenderung boros di kalangan generasi ini. Promosi yang masif di media sosial, seperti penawaran diskon dan promo, menjadi faktor yang turut mendorong perilaku konsumtif. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Graha Nurdian, pada tahun 2020 tercatat bahwa 88% masyarakat berusia 16-64 tahun melakukan pembelian produk secara online.⁴

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2011), 45.

⁴ J. C. Kristinova, "Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial," *Jurnal Analisa Sosiologi* 11, no. 2 (2022): 356.

Budaya westernisasi dan K-pop berpengaruh dalam membentuk gaya hidup generasi milenial. Westernisasi mendorong adopsi pola hidup ala Barat, seperti konsumsi minuman keras dan kunjungan ke klub malam, yang bertentangan dengan norma sosial di Indonesia. Jika di negara Barat minuman keras dikonsumsi untuk menghangatkan tubuh, di Indonesia generasi milenial menggunakannya sebagai simbol status dan tren. Selain itu, budaya K-pop juga memengaruhi gaya berpakaian generasi milenial, seperti penggunaan rok pendek, celana pendek, dan pakaian terbuka, yang tidak selalu sesuai dengan norma sosial masyarakat Indonesia. Tren ini semakin kuat karena pengaruh influencer yang mempromosikan gaya hidup tersebut melalui media sosial. Akibatnya, banyak generasi muda yang mengadopsi budaya asing tanpa mempertimbangkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai lokal.⁵

Kata "tren" sudah tidak asing lagi bagi banyak orang, terutama mereka yang berkecimpung di dunia mode. Namun, tren tidak hanya terbatas pada dunia fashion, melainkan dapat muncul dalam berbagai aspek kehidupan. Setiap individu berpotensi menjadi trendsetter atau bahkan menciptakan tren baru. Tren sendiri merujuk pada sesuatu yang menjadi pusat perhatian dan banyak diikuti oleh orang lain. Proses terbentuknya tren diawali dengan adanya ide kreatif dan inovatif dari individu atau kelompok. Ide tersebut harus benar-benar baru dan bukan sekadar meniru sesuatu yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat menarik perhatian dan diadopsi oleh masyarakat luas.⁶

⁵ J. C. Kristinova, "Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial, 356.

⁶ N. A. Nadiyah dan A. M. Hamid, "Pengaruh Trend Fashion dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif," *Jurnal Murid* 1, no. 1 (2024): 14.

Tren merupakan suatu konsep yang mencerminkan pergerakan, perubahan, serta arah kecenderungan dalam perkembangan manusia. Tren mencakup berbagai aspek, terutama dalam gaya dan selera, di mana preferensi masyarakat terus berkembang seiring waktu. Seiring dengan kemajuan teknologi, terutama dalam bidang pertukaran informasi dan komunikasi yang berlangsung secara virtual, terjadi pergerakan disruptif yang signifikan. Hal ini menyebabkan tren berkembang dengan lebih cepat dibandingkan sebelumnya. Perkembangan teknologi yang berperan dalam percepatan tren ini terutama didorong oleh keberadaan media sosial, yang memungkinkan informasi dan tren menyebar secara luas dalam waktu singkat.⁷

2. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Secara umum, faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut adalah penjelasannya:⁸

a. Faktor Internal

1) Sikap

Sikap merupakan kondisi psikologis yang mencerminkan pengetahuan serta cara berpikir konsumen dalam merespons suatu objek. Sikap ini terbentuk melalui pengalaman dan secara langsung memengaruhi perilaku yang ditampilkan oleh individu. Faktor-faktor

⁷ R. Harminingtyas dan T. Susetyarsi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pengguna E-Wallet Pada Masyarakat di Kota Semarang," *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 1, no. 3 (2023): 2.

⁸ Doni Junni Priansa, *Prilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*, ,190-192.

seperti tradisi, kebiasaan, budaya, dan lingkungan sosial turut berperan dalam membentuk sikap seseorang.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman yang diperoleh dari berbagai perilaku dan tindakan di masa lalu berperan dalam membentuk pandangan seseorang terhadap suatu objek. Selain itu, pengamatan sosial terhadap perilaku individu lain juga dapat memengaruhi cara seseorang bersikap dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari.

3) Kepribadian

Kepribadian mencerminkan konfigurasi unik dari karakteristik individu yang membedakannya dari orang lain. Setiap individu memiliki cara berperilaku yang khas, yang dipengaruhi oleh faktor bawaan serta lingkungan sekitar.

4) Konsep Diri

Konsep diri berkaitan erat dengan bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Pemahaman individu terhadap citra dirinya akan memengaruhi preferensi dan minatnya terhadap suatu produk atau merek tertentu. Dengan kata lain, pilihan konsumsi seseorang sering kali mencerminkan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain.

5) Motif

Perilaku individu didorong oleh motif yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen memiliki dorongan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti rasa aman, serta kebutuhan yang lebih kompleks seperti status sosial dan prestise. Jika seseorang

memiliki dorongan yang tinggi terhadap pencapaian dan pengakuan sosial, maka gaya hidupnya cenderung mengarah pada pola hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk pemahaman tertentu terhadap suatu objek atau situasi. Persepsi ini berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang menilai produk, layanan, atau pengalaman tertentu dalam kehidupannya.

b. Faktor Eksternal

1) Kelompok Referensi

Kelompok yang memengaruhi sikap dan perilaku konsumen, baik secara langsung (kelompok tempat individu berinteraksi) maupun tidak langsung (kelompok yang diikuti tanpa menjadi anggota).

2) Keluarga

Faktor utama dalam membentuk kebiasaan dan pola hidup individu melalui pola asuh serta nilai yang ditanamkan sejak kecil.

3) Kelas Sosial

Dipengaruhi oleh status dan peran dalam masyarakat, yang menentukan hak, kewajiban, serta gaya hidup seseorang.

4) Kebudayaan

Meliputi nilai, kepercayaan, dan kebiasaan yang diwariskan dalam masyarakat, yang membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi individu.

3. Indikator Gaya Hidup

Psikografis adalah metode pengukuran kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis gaya hidup, kepribadian, dan karakteristik demografis konsumen. Konsep ini sering dikaitkan dengan *Activity, Interest, and Opinion (AIO)*, yaitu pengukuran aktivitas, minat, dan pendapat konsumen. Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa psikografis, yang juga dikenal sebagai analisis gaya hidup atau penelitian AIO, bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan aplikatif mengenai berbagai segmen konsumen. Penelitian ini mengkaji aspek-aspek penting seperti kepribadian, motif pembelian, minat, sikap, keyakinan, serta nilai-nilai yang dianut oleh konsumen, sehingga dapat membantu dalam memahami perilaku dan preferensi mereka secara lebih mendalam. Lebih lanjut, konsep *Activity, Interest, and Opinion (AIO)* dapat dijelaskan secara mendetail sebagai berikut:⁹

a. Kegiatan (*Activities*)

Kegiatan mencerminkan apa yang dilakukan konsumen dalam kehidupan sehari-hari, termasuk produk yang mereka beli atau gunakan, aktivitas yang mereka pilih untuk mengisi waktu luang, serta berbagai tindakan lain yang mencerminkan pola perilaku mereka.

b. Minat (*Interest*)

Minat berkaitan dengan kesukaan, kegemaran, serta prioritas yang dimiliki konsumen dalam hidup mereka. Selain itu, minat juga mencakup ketertarikan terhadap objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian utama dan berkelanjutan bagi konsumen.

⁹ Ibid, 189-190.

c. Pendapat (*Opinion*)

Pendapat mengacu pada pandangan dan persepsi konsumen dalam menanggapi berbagai isu. Opini ini mencerminkan interpretasi mereka terhadap suatu hal, harapan terhadap peristiwa yang akan datang, serta evaluasi mereka terhadap konsekuensi dari berbagai pilihan tindakan, baik yang bersifat menguntungkan maupun merugikan.

4. Jenis-jenis Gaya Hidup

Secara umum, gaya hidup dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis sebagai berikut:¹⁰

a. Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup ini umum ditemukan di perkotaan, ditandai dengan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan tanpa bergantung pada orang lain. Biasanya didukung oleh tingkat pendidikan dan finansial yang memadai, memungkinkan seseorang untuk mengambil keputusan sendiri dalam berbagai aspek kehidupan.

b. Gaya Hidup Modern

Gaya hidup yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi digital, di mana aktivitas sehari-hari sangat bergantung pada perangkat teknologi dan internet. Mereka yang menjalani gaya hidup ini selalu mengikuti tren terbaru dan lebih mengutamakan inovasi dibandingkan harga dalam menentukan pilihan.

c. Gaya Hidup Sehat

¹⁰ Ibid, 185-187.

Fokus utama dari gaya hidup ini adalah menjaga keseimbangan fisik dan mental dengan pola makan bergizi, olahraga rutin, serta menghindari kebiasaan yang berdampak negatif bagi kesehatan. Kesadaran terhadap kualitas hidup yang lebih baik membuat gaya hidup ini semakin banyak diterapkan.

d. Gaya Hidup Hedonis

Menitikberatkan pada kesenangan dan hiburan, sering kali diwujudkan dalam aktivitas seperti bepergian, bersosialisasi di tempat ramai, membeli barang mewah, serta mencari perhatian di lingkungan sosial. Pola hidup ini banyak diadopsi oleh kalangan muda dan berkembang sebagai tren di masyarakat urban.

e. Gaya Hidup Hemat

Menekankan pengelolaan keuangan yang cermat dengan mempertimbangkan prioritas kebutuhan, menghindari pemborosan, serta mencari alternatif yang lebih ekonomis. Mereka yang menjalani gaya hidup ini lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang dan memikirkan manfaat jangka panjang dari setiap pengeluaran.

f. Gaya Hidup Bebas

Banyak diterapkan oleh remaja perkotaan yang mengutamakan kebebasan dalam berekspresi, baik dalam pergaulan, gaya berpakaian, maupun pandangan hidup. Pengaruh budaya global sering kali menjadi faktor utama dalam perubahan pola hidup ini, yang kadang bertentangan dengan nilai-nilai budaya setempat.

B. Keputusan Penggunaan Uang Elektronik

1. Keputusan Penggunaan Uang Elektronik

Keputusan merupakan hasil akhir dari proses berpikir dalam menyelesaikan suatu permasalahan atau dilema. Keputusan diambil untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan dalam mengatasi masalah dengan memilih salah satu alternatif yang tersedia. Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan guna mengevaluasi beberapa pilihan perilaku dan menentukan salah satu yang paling sesuai. Proses pengambilan keputusan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*), (2) Pencarian Informasi (*Information Search*), (3) Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternative*), dan (4) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*).¹¹

Menurut KBBI, uang didefinisikan sebagai alat penukar yang pemerintah negara keluarkan berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dikeluarkan dengan bentuk dan juga gambar tertentu. Kasmir menyatakan bahwa uang adalah alat bayar dalam satu wilayah tertentu sebagai alat membayar utang-piutang, dan juga alat yang dipergunakan untuk melakukan pembelian barang serta jasa. Sedangkan elektronik menurut KBBI adalah sebuah alat yang dibuat dengan prinsip elektronika tertentu, atau benda yang dibuat atas dasar elektronika.

Sehingga, uang elektronik dapat didefinisikan oleh beberapa ahli seperti Wira Sakti sebagai sebuah alat pembayaran dengan system elektronik yang

¹¹ Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B, Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa, (*Ikraith-Ekonomika*, Vol 4, No 1, 2021), 4

dapat digunakan dalam transaksi daring dan dapat digunakan sebagai uang¹². Demikian itu, uang elektronik adalah alat bayar sah yang digunakan manusia dengan bentuk tidak tunai, dimana uang tersebut harus disetor terlebih dulu kepada penerbit uang elektronik dan disimpan didalam media elektronik.

Uang elektronik secara umum merupakan alat pembayaran berbasis digital yang menyimpan nilai uang dalam media elektronik tertentu. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, instrumen ini memiliki beberapa karakteristik, yaitu: pertama, diterbitkan berdasarkan dana yang telah disetor sebelumnya oleh pengguna kepada penerbit; kedua, nilai uangnya tersimpan secara elektronik dalam media seperti chip atau server; dan ketiga, dana yang tersimpan tersebut tidak tergolong sebagai simpanan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Nilai uang elektronik ini dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran maupun transfer dana antar pengguna.¹³

2. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Uang Elektronik

Dari penelitian yang dilaksanakan oleh Nur Afiah, faktor yang dapat memengaruhi seseorang didalam menggunakan uang elektronik diantaranya adalah karena adanya persepsi kemudahan, adanya kemanfaatan, promosi¹⁴. Akan tetapi, ada beberapa faktor yang turun berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh Fred Davis, yakni terkait dengan teori TAM atau *Technology Acceptance Models*. Teori ini hadir untuk mengukur bagaimana sikap dan

¹² Firmansyah Dan M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam* (Lampung: CV. Iqro, 2018), 80.

¹³ Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, 3-4.

¹⁴ Rida Nur Afiah, Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Skripsi Sarjana* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021), 28.

kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap berperilaku dalam melakukan konsumsi seperti menerima atau menolak produk system, dan dapat membaginya kedalam dua faktor utama yakni kemudahan dan juga kemanfaatan.

Fred Davis dalam Indrawati dan dikutip kembali oleh Nur Afiyah menyatakan bahwa kemudahan adalah sebuah keyakinan seseorang akan kemudahannya didalam menggunakan suatu system tertentu. Sedangkan Fatmasari dan Wulandari dalam Nur Afiyah juga menyatakan bahwa kemudahan beracuan pada sejauh mana individu tersebut dapat menggunakan sebuah system tanpa kesulitan dan usaha yang besar.

Digitalisasi telah membawa dampak besar di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah dalam sistem pembayaran, di mana transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini beralih ke metode pembayaran elektronik yang lebih praktis dan efisien.¹⁵

3. Indikator Keputusan Penggunaan Uang Elektronik

Adanya pernyataan pada observasi awal mahasiswa yang menyatakan alasan mengapa menggunakan uang elektronik adalah karena kemudahan yang ditawarkan. Sehingga, indicator yang digunakan dalam hal ini adalah kemudahan yang sesuai dengan teori *TAM* dari Fred Davis, lalu ditarik kembali korelasinya oleh Nur Afiyah berdasarkan dengan penggunaan uang elektronik, dengan penjelasan seperti dibawah ini¹⁶:

¹⁵ I. R. Triyanto, "Adopsi Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia: Systematic Literature Review," dalam *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik*, vol. 5 (Desember 2023): 337.

¹⁶ Rida Nur Afiyah, Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, 29.

- a. Kemudahan didalam cara mempelajari, memahami cara menggunakan uang elektronik dapat dengan mudah didapat dari penyedia jasa uang elektronik atau melalui akses secara pribadi ke internet.
- b. Luwes atau fleksibel, uang elektronik dapat digunakan diberbagai gerai yang sudah mengadakan kerja sama dengan bank dan bentuk penerapannya sudah banyak digunakan dalam hal transportasi, pembelian makanan, tol, dan sebagainya. Sehingga, uang elektronik dapat digunakan dimanapun dan juga kapan pun.
- c. Dapat mengontrol pekerjaan, nilai praktis yang ditawarkan oleh uang elektronik dapat mempermudah pekerjaan setiap orang. Syarat yang diperlukan dari uang elektronik ini juga terbilang simpel, yaitu adanya saldo dalam uang elektronik dan alat untuk melakukan transaksi.
- d. Kemudahan dalam penggunaan, dengan hanya sekali klik segala bentuk pembayaran dapat dilakukan dalam waktu hitungan menit saja. Sehingga mengurangi tenaga yang digunakan jika harus mengantre atau membawa uang dengan jumlah yang tidak sedikit.

C. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh dapat diartikan sebagai kekuatan yang muncul dari suatu hal (baik orang maupun benda) yang dapat membentuk karakter, keyakinan, atau tindakan seseorang.¹⁷

Gaya hidup secara umum dapat diartikan sebagai pola hidup yang mencerminkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya dalam berbagai

¹⁷ Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 2009), 256.

aktivitas, apa yang mereka anggap memiliki nilai penting dalam lingkungan sekitar, serta bagaimana pandangan mereka terhadap diri sendiri dan dunia di sekitarnya. Setiap masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda satu sama lain. Bahkan, seiring berjalannya waktu, gaya hidup individu maupun kelompok masyarakat tertentu akan mengalami perubahan secara dinamis. Namun demikian, perubahan tersebut tidak terjadi secara cepat, sehingga dalam rentang waktu tertentu, gaya hidup cenderung bersifat relatif stabil atau tetap.¹⁸

Keputusan merupakan hasil akhir dari proses berpikir dalam menyelesaikan suatu permasalahan atau dilema.¹⁹ Uang elektronik dapat didefinisikan oleh beberapa ahli seperti Wira Sakti sebagai sebuah alat pembayaran dengan system elektronik yang dapat digunakan dalam transaksi daring dan dapat digunakan sebagai uang²⁰. Demikian itu, uang elektronik adalah alat bayar sah yang digunakan manusia dengan bentuk tidak tunai, dimana uang tersebut harus disetor terlebih dulu kepada penerbit uang elektronik dan disimpan didalam media elektronik.

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Gay dan Diehl dalam buku Siyoto, hipotesis diartikan sebagai jawaban yang sementara mengenai masalah yang sifatnya masih dalam bentuk dugaan

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*, (Jakarta: Divisi kencana, 2003), 80.

¹⁹ Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B, Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa, (*Ikraith-Ekonomika*, Vol 4, No 1, 2021), 4

²⁰ Firmansyah Dan M. Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam* (Lampung: CV. Iqro, 2018), 80.

karena masih perlu dilakukan uji terkait kebenarannya²¹. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dugaan jawaban sementara sebagai berikut ini:

H_0 : Tidak ada pengaruh pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

H_1 : Ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

²¹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 56.