

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)**



**Disusun Oleh :**

**MUHAMMAD IQBAL  
NIM. 170603139**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal  
NIM : 170603139  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 22 Desember 2023

Yang Menyatakan



Muhammad Iqbal

# PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Muhammad Iqbal

NIM: 170603139

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat Penyelesaian Studi pada Program  
Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
T. Syifa Faridzha Nanda, S.E., M.Acc., Ak   
NIP. 198511222023211015 NIDN. 0122078601

  
Mengetahui  
AR - RANIRY  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

  
Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M.Ag

NIP. 197711052006042003

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Muhammad Iqbal  
NIM: 170603139

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang  
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 22 Desember 2023 M  
9 Jumadil Akhir 1445 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

T. Syifa Faridzha Nanda, S.E., M.Acc., Ak  
NIP. 198511222023211015

Abrar Amri, M.Si  
NIDN. 0122078601

Penguji I

Penguji II

Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A  
NIP. 197410152006041002

Riza Aulia, S.E.I., M.Sc  
NIP. 198801302018031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda  
Aceh Telp. 0651-7552921,7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Iqbal  
NIM : 170603139  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [170603139@student.ar-raniry.ac.id](mailto:170603139@student.ar-raniry.ac.id)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

yang berjudul:

**Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 22 Desember 2023

Mengetahui,

Penulis

  
Muhammad Iqbal  
NIM: 170603139

Pembimbing I

  
T. Syifa Faridzha Nanda, S.E., M.Acc., Ak  
NIP. 198511222023211015

Pembimbing II

  
Abrar Amri, M.Si  
NIDN. 0122078601

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN



*“Semua Hal Butuh Proses, Kita Tidak Bisa Langsung Dapat Yang Terbaik”*

**(Allya Tsana)**

*“Apabila Yang Kamu Senangi Tidak Terjadi Maka Senangilah Apa Yang Terjadi”*

**(Ali Bin Abi Thalib)**

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini. Jazaakumullahu Khaira.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul ” *Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)*”. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajian kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.
3. Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini
4. T. Syifa Faridzha Nanda, S.E., M.Acc., Ak selaku pembimbing I dan Abrar Amri, M.Si pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A selaku penguji I dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc penguji II yang telah memberikan pemikiran kepada penulis serta arahan dalam penulisan skripsi.
6. Kepada masyarakat Banda Aceh yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ibunda dan Ayahanda dan adik-adik tercinta, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini, serta.

8. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin.

*Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...*

Banda Aceh, 22 Desember 2023

Penulis

  
Muhammad Iqbal

AR - RANIRY

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

*kaifa* : كيف

*hauula* : هول

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ

*ramā* : رَمَى

*qīla* : قِيلَ

*yaqūlu* : يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

*raudah al-atfāl/ raudatul atfāl* : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

*al-Madīnah al-Munawwarah/* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

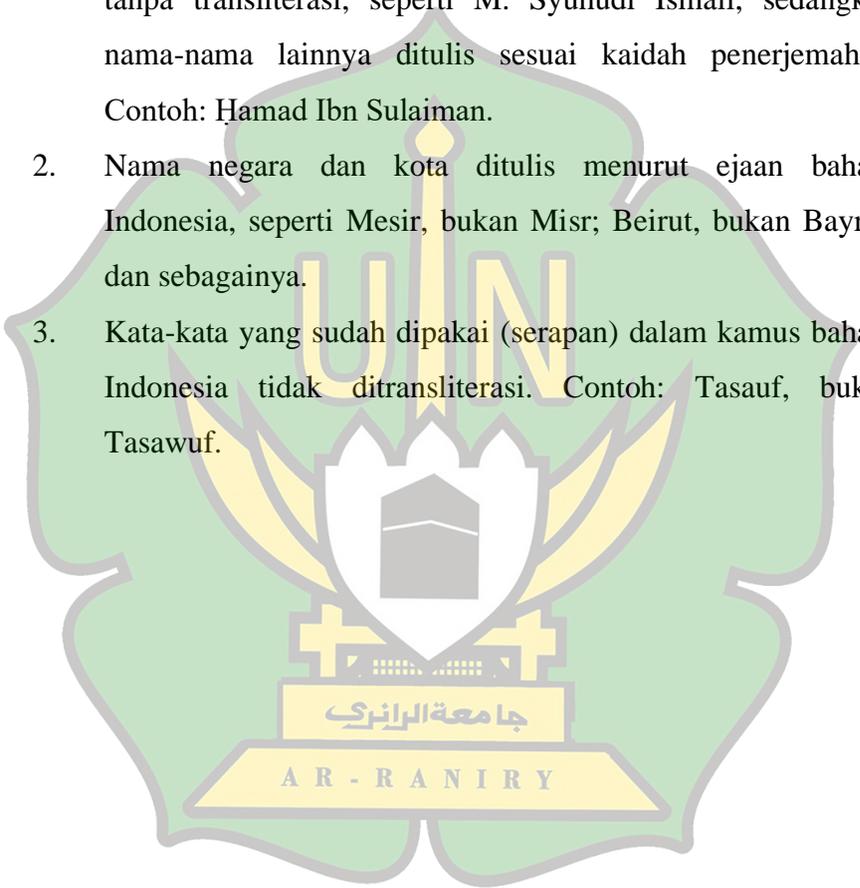
*al-Madīnatul Munawwarah*

A R - R A N I R Y *Ṭalḥah* : طَلْحَةُ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Muhammad Iqbal  
NIM : 170603139  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam /Perbankan Syariah  
Judul :Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)  
Pembimbing I :T. Syifa Faridzha Nanda, S.E.,M.Acc., Ak  
Pembimbing II : Abrar Amri, M.Si

Kebanyakan mahasiswa saat ini lebih memilih untuk menggunakan transaksi dengan metode digital karena lebih cepat, praktis, dan aman untuk digunakan. Disamping itu terdapat banyak potongan-potongan harga dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik. Dengan meningkatnya aktivitas belanja *online* yang banyak menawarkan promosi dan diskon mampu membuat mahasiswa lebih konsumtif. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan *cluster sampling*. Hasil penelitian ini adalah penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa atau dengan kata lain penggunaan uang elektronik mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 44,8% sedangkan sisanya, yaitu 55,6%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gengsi, lingkungan dan lain sebagainya

**Kata Kunci:** *Uang Elektronik, Konsumtif, Mahasiswa*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Uang Elektronik ( <i>Electronic Money</i> ) .....	11
2.1.1 Definisi dan Sejarah Uang Elektronik .....	11
2.1.2 Pengertian dan Tujuan Penggunaan Uang Elektronik.....	15
2.1.3 Manfaat dan Indikator Penggunaan Uang Elektronik.....	16
2.1.4 Jenis-Jenis Uang Elektronik.....	20
2.1.5 Bentuk-Bentuk Uang Elektronik .....	21
2.1.6 Jenis-Jenis Transaksi Pada Uang Elektronik .....	22
2.1.7 Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik .....	24
2.1.8 Uang Elektronik Menurut Islam .....	25
2.2 Uang Elektronik di Indonesia.....	27
2.3 Konsumen.....	33
2.3.1 Definisi Konsumen .....	33

2.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	34
2.4	Perilaku Konsumtif .....	35
2.4.1	Definisi Konsumtif .....	35
2.4.2	Indikator Perilaku Konsumtif .....	37
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	41
2.5	Penelitian Terdahulu .....	46
2.6	Kerangka Konseptual .....	55
2.7	Perumusan Hipotesis .....	56
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>58</b>
3.1	Desain Penelitian.....	58
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	58
3.3	Sumber Data Penelitian.....	62
3.4	Tehnik Pengumpulan Data .....	62
3.5	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	64
3.6	Uji Instrumen.....	67
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	69
3.8	Uji Regresi Linear Sederhana.....	70
3.9	Uji Hipotesis.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>74</b>
4.1	Gambaran Umum Banda Aceh.....	74
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	76
4.2.1	Karakteristik Responden.....	76
4.2.2	Deskripsi Variabel .....	80
4.3	Hasil Uji Instrumen .....	84
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	84
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	85
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	86
4.4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	87
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	88
4.6	Hasil Uji Hipotesis .....	90
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	90
4.6.2	Hasil Uji Determinasi (Uji R).....	91
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	92

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>



## DAFTAR TABEL

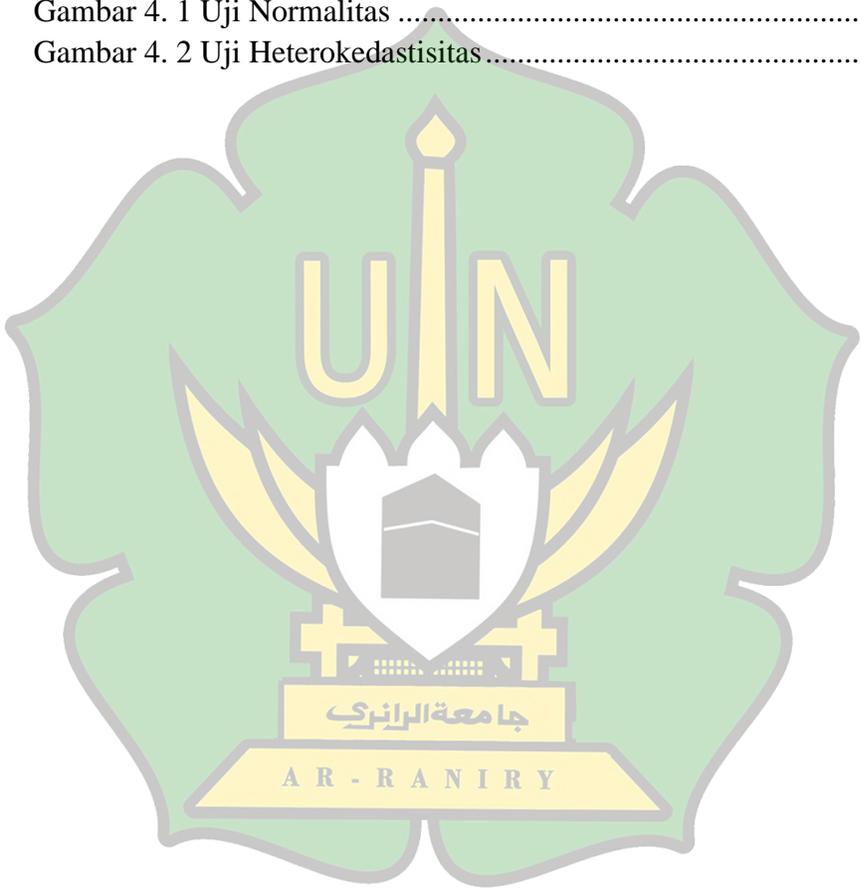
Tabel 1. 1 Data Transaksi dan Pangsa Pasar E-Money .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	52
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa.....	59
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran .....	64
Tabel 3. 3 Operasional Variabel .....	66
Tabel 4. 1 Kecamatan di Banda Aceh .....	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...77	77
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas .....	78
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan .....	79
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aplikasi Yang Digunakan .....	80
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Penggunaan Uang Elektronik .....	81
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kegiatan Konsumtif .....	82
Tabel 4. 9 Uji Validitas.....	85
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linear Sederhana.....	89
Tabel 4. 12 Uji Parsial .....	90
Tabel 4. 13 Uji Determinasi .....	91

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	56
Gambar 4. 1 Uji Normalitas .....	87
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas .....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	106
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	113
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	118



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Beriring jalannya waktu dalam perkembangan ekonomi dunia yang berlangsung di berbagai Negara berkembang tidak lepas dari suatu peranan uang. Apalagi di jaman modern ini uang memiliki peranan yang penting dalam berbagai aspek perekonomian dimulai dari kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Uang bukanlah suatu hal yang baru di jaman modern ini, karena semua masyarakat telah memahami bahwa uang adalah alat yang dipakai dalam suatu pembayaran atau jasa perekonomian untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (Yuliana dan Azib, 2021).

Berkembangnya teknologi saat ini memberi pengaruh terhadap alat pembayaran serta transaksi keuangan yang semakin modern. Kebutuhan masyarakat saat ini pastinya menggunakan alat pembayaran yang memiliki suatu keamanan, ketepatan, dan kecepatan dalam melakukan suatu transaksi perekonomian. Sejarah telah menunjukkan bahwa perkembangan alat pembayaran dari waktu ke waktu sudah mengalami perubahan bentuk yang semula diawali oleh uang logam, uang kertas konvensional, dan sampai saat ini muncul sistem pembayaran menggunakan alat pembayaran elektronik atau disebut *e-money* (Insana, 2021).

Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan (Dewi, 2021).

**Tabel 1. 1**  
**Total Transaksi dan Pangsa Pasar E-Money**

No	Nama <i>E-Money</i>	Total Transaksi (Rupiah)	Pangsa Pasar
1.	Ovo	20,8 Triliun	37%
2.	Gopay	9,5 Triliun	17%
3/	Dana	5,6 Triliun	10%
4.	Linkaja	1,6 Triliun	3%

Sumber : Bank Indonesia (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 data penggunaan pasar *e-money* di Indonesia pada tahun 2019, penggunaan produk Ovo dengan total sebaran pasar sejumlah 37% pengguna dan total transaksi sejumlah 20,8 Triliun Rupiah. Disusul oleh produk *e-money* Gopay dengan pangsa pasar *e-money* Gopay di Indonesia pada tahun 2019 dengan

total sebaran pasar sejumlah 17% pengguna dan total transaksi sejumlah 9,5 Triliun Rupiah. Aplikasi *e-money*. Dana menempati posisi ketiga dengan sebaran pasar sejumlah 10% dan total transaksi 5,6 Triliun Rupiah. Dan pada posisi keempat diduduki oleh produk *e-money* LinkAja yang merupakan penyedia *e-money* dari Badan Usaha Milik Negara, dengan sebaran pangsa pasar sejumlah 3% dan total transaksi yang mencapai 1,6 Triliun Rupiah. Total 56,1 Triliun Rupiah transaksi *e-money* di tahun 2019 membuktikan minat tinggi masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai media transaksi keuangannya (Dewi, 2021).

Konsumtif umumnya dipergunakan untuk permasalahan yang menyangkut perilaku konsumen. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu berperilaku berlebihan dalam melakukan pembelian suatu hal. Dampaknya, mereka akan membelanjakan uangnya dengan tidak rasional. Terutama terhadap mahasiswa yang merupakan kelompok masyarakat dengan generasi Z. Dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gadget. Generasi Z saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja, sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif. Dengan adanya gadget maka berbagai kegiatan dapat diakses oleh para remaja seperti mata pelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses menuju *marketplace* serta *e-money* (Daliyah, 2020).

Kebanyakan mahasiswa saat ini lebih memilih untuk menggunakan transaksi dengan metode digital karena lebih cepat,

praktis, dan aman untuk digunakan. Disamping itu terdapat banyak potongan-potongan harga dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik. Dengan meningkatnya aktivitas belanja *online* yang banyak menawarkan promosi dan diskon mampu membuat mahasiswa lebih konsumtif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masa promo masih berlangsung. Apabila dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *e-money* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan maka dengan begitu dapat memicu peningkatan penggunaan *e-money* di kalangan mahasiswa (Ramadani, 2016).

Berdasarkan observasi awal dari hasil wawancara dengan dua orang mahasiswa perbankan syariah angkatan 2018 bahwa penggunaan *e-money* sangat membantu dan memberi kemudahan dalam pembayaran berbagai hal. Selain itu para mahasiswa juga tertarik dengan adanya promo atau diskon yang diberikan oleh layanan *e-money* sehingga dapat memberi pengaruh besar terhadap mahasiswa dalam membeli suatu produk karena menurut mereka merasa hal tersebut memberi keuntungan besar terhadap suatu produk yang diinginkan. Maka dengan adanya diskon atau promosi mengakibatkan tidak terkontrolnya pengeluaran uang yang secara berlebihan tanpa berpikir panjang mengenai kebutuhan pokoknya.

Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *e-money*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-money*, antara lain sebagai berikut. (1) Tidak perlu menyiapkan uang

pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) Pengguna tidak perlu membawa banyak uang cash saat berbelanja. (3) Pembayaran untuk belanja online semakin mudah dilakukan kapanpun. Selain itu, melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh pengembang *e-money* seperti Grab, Ovo, Shopee dan lain sebagainya menjadi salah satu daya tarik *e-money* yang tidak dapat diabaikan. Seorang pengguna *e-money* bisa memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat berbagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money* (Badri, 2020).

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang. Sikap boros akan menjadi masalah jika seseorang tidak mampu mengelola keuangan dalam hidupnya. Hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap memilih belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal seperti inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut (Wulandari, 2016). Oleh karena itu dibutuhkan kontrol diri yang kuat agar seseorang dalam mampu mengendalikan hasrat penggunaan *e-money* yang menjurus ke arah konsumtif.

Di Banda Aceh saat ini dalam penggunaan uang elektronik semakin pesat, penggunaan uang elektronik yang paling banyak digunakan adalah jenis pembayaran (*Payment*). Terutama

masyarakat Aceh menggunakan uang elektronik pada pembayaran merchant makanan dan minuman, rekening listrik, pulsa, asuransi dan lain sebagainya. Perkembangan zaman mempengaruhi pemakaian uang elektronik di Banda Aceh.

Menurut Noto (2019) terdapat pengaruh dalam penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa di program studi Matematika. Perilaku konsumtif tersebut muncul dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh uang elektronik tersebut. Hal ini menjadi “*boomerang*” terhadap mahasiswa yang sering melakukan pembelian yang tidak berguna atau lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Selain itu perilaku konsumtif yang timbul dengan menggunakan uang elektronik adalah pembelian yang tidak mempertimbangkan fungsi, mencari kepuasan yang harus dipenuhi dan lainnya.

Hal serupa juga ditemukan pada penelitian Yuliana dan Azib (2021) terdapat pengaruh dalam penggunaan uang elektronik. Pengaruh yang paling berdampak terhadap munculnya perilaku konsumtif adalah kemudahan yang ditawarkan oleh uang elektronik itu sendiri. Sehingga kemudahan yang ditawarkan menjadi satu sisi buruk terhadap mahasiswa.

Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Herawati dan Adiputra (2021) penggunaan uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi perilaku konsumtif yang muncul dikarenakan uang elektronik tersebut mampu dihilangkan dengan kontrol diri. Sehingga uang elektronik

mampu memberikan fungsi sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa yaitu kemudahan transaksi dan mampu menghindari sisi buruknya yakni perilaku konsumtif dengan kontrol diri.

Dari *research gap* di atas dapat dilihat bahwa terdapat hasil yang berbeda antara satu penelitian dengan penelitian lainnya, sehingga penelitian baru menjadi penting untuk membuktikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dengan adanya penelitian baru dapat memberikan jawaban yang pasti atas penelitian ini. Dengan adanya masalah dan *research gap* di atas, maka diperlukan adanya sebuah penelitian yang mampu memberikan gambaran mengenai penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sehingga akan memberikan referensi dalam penggunaan uang elektronik kedepannya.

Dengan adanya fenomena interaksi dan transaksi *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negative kepada mahasiswa yang menggunakannya. Berdasarkan masalah dan *research gap* di atas maka menjadi alasan peneliti untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah Apakah penggunaan

*E-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa kota Banda Aceh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan *E-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kota Banda Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah :

#### **1. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah pengetahuan serta dapat memberikan suatu sumbangan berupa pengembangan ilmu pengetahuan sebagai proses pembelajaran mengenai pengaruh penggunaan *E-money* terhadap perilaku pada mahasiswa.

#### **2. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah kritik dan saran bagi perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan yang menyediakan *E-money* mengenai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Jadi dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kritik dan saran yang dapat membangun perusahaan penyedia *E-money*.

b. Bagi penulis ini merupakan suatu hal yang penting dikarenakan dengan penelitian ini penulis bisa mengembangkan serta menerapkan dan untuk melatih daya berfikir secara ilmiah. Sehingga penelitian ini bisa menambah wawasan bagi penulis. Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan bisa berkontribusi untuk menambah literasi dalam ilmu pengetahuan terutama tentang pengaruh *E-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Aceh.

### 3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi sebuah pengetahuan dalam penggunaan *electronic money* dan dapat memberikan saran dalam penggunaan *electronic money* agar tidak munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penelitian ini, maka sistematika penulisannya adalah :

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan membahas mengenai penelitian telaah pustaka, landasan teori, definisi yang mendukung penelitian dan hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengambilan data serta metode yang digunakan dalam menganalisis data.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai analisis data yang ditemukan yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan.

## BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Uang Elektronik (*Electronic Money*)

##### 2.1.1 Definisi dan Sejarah Uang Elektronik

Menurut Rifai (2001) uang elektronik atau *electronic money* merupakan alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan cara menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit uang elektronik tersebut atau dengan cara pendebitan rekening di Bank dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam bentuk satuan Rupiah (Rp) yang bertujuan untuk melakukan transaksi seperti pembayaran atau pembelian dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut.

Sedangkan pengertian yang dikemukakan oleh *bank for International Settlement* (BIS) dalam kajian uang elektronik (Bank Basel Settlement, 1996) adalah “*stored-value or prepaid product in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang akan disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018 dalam pasal 1 ayat 3 yang membahas mengenai pelaksanaan transaksi pembayaran yang menjelaskan bahwa uang

elektronik memiliki definisi sebagai layanan elektronik yang akan menyimpan data-data pembayaran diantaranya alat pembayaran yang menggunakan kartu menggunakan kartu menggunakan kartu atau uang elektronik, serta dapat menampung dan menyimpan uang sekaligus bisa sebagai alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah disetor terlebih dahulu kepada penemit.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa definisi dari uang elektronik sebagai alat pembayaran yang uangnya akan disimpan dalam bentuk media elektronik tertentu atau uang yang disimpan di dalam dompet elektronik, uang elektronik sebelum dipergunakan pengguna tersebut harus memberikan kepada penerbit terlebih dahulu yang kemudian akan disimpan dalam dompet elektronik sehingga dapat digunakan sebagai alat pembayaran atau alat transaksi lainnya.

Penggunaan uang elektronik yang memiliki fungsi sebagai alat pembayaran dianggap sebagai suatu inovasi dan praktis yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi seperti transaksi di jalan tol (*Electronic Tol*), dibidang kendaraan seperti Kereta Api Indonesia (*KAI Acces*), Go-Jek, Grab dan transaksi seperti alat pembayaran seperti Dana Digital, Ovo, Gopay, Linkaja dan lain sebagainya, serta fungsi dalam *food court*, *merchant* dan parkir .

Pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 26/POJK.01/2019 Tentang Perizinan Secara Elektronik di Sektor Jasa Keuangan menyatakan bahwa OJK berfungsi sebagai

penyelenggara sistem peraturanb serta pengawasan yang terintegrasi terhadap kegiatan di sektor jasa keuangan, semua uang elektronik yang tersedia di Indonesia harus andal dan transparan untuk mampu mengintegrasikan keseluruhan proses perizinan di sektor jasa keuangan. Sehingga dengan hal ini OJK menjadi lembaga yang mengawasi serta menetapkan peraturan atas semua *fintech* di Indonesia baik jenis *payment*, *lending* atau lain sebagainya (OJK, 2019).

Penggunaan uang elektronik mulai berkembang sejak tahun 1960, uang elektronik memulai perkembangannya dari sebuah perusahaan yang bernama IBM, perusahaan tersebut bekerjasama dengan perusahaan besar lainnya yaitu *American Airlines* yang membuat uang elektronik yang bernama SABRE (*Semi Automatic Bussines*). Dengan menerapkan penggunaan uang elektronik kantor maskapai penerbangan Amerika dengan terminal melalui jaringan telepon yang membuat pekerjaan menjadi lebih praktis sehingga pihak kantor mampu mengontrol jadwal penerbangan secara langsung serta kesiapan kursi dan *digital order* yang dapat dibayar melalui kredit (Ispriandi dan Sutisna,2019).

Pada tahun 1970an Bank yang berada di Amerika dan Eropa telah menggunakan sistem *electronic money* dengan tujuan untuk melacak transaksi yang terjadi dan transaksi yang akan terjadi di Bank lain, sehingga sistem ini mampu sistem ini mampu membuktikan kesuksesan penerapannya dengan melewati batasaan

internasional pertukaran nilai mata uang (kurs) yang dibutuhkan (Laudon, 2017).

Dengan keberhasilan penerapan *electronic money*, maka pada tahun 1983 sebuah penelitian (*research paper*) yang dibuat oleh David Chaun yang memperkenalkan pengertian, kegunaan dan cara menggunakan “*electronoc money*” kepada masyarakat. David Lee Chaun merupakan seseorang ilmuwan komputer dan kriptofor yang lahir pada tahun 1955. David Chaun banyak menciptakan protokol kriptofor dan mampu menciptakan uang elektronik yang bernama *Digicash* yaitu uang elektronik yang diterbitkan oleh perusahaan digital. *Digicash* didirikan di Amsterdam dengan tujuan untuk mempromosikan diri sendiri. Akan tetapi *Digicash* gharus gulung tikar pada tahun 1998 dan David Chaun meninggalkan *Digicash* pada tahun 1999 (Fajrina, 2018).

Pada tahun 2008 uang elektronik mulai mengalami peningkatan kembali hal ini disebabkan oleh kemunculan *Crypto Currenty* yaitu *Bitcoin*, sehingga munculnya istilah uang dgital, mata uang virtual dan mata uang kripto. Setelah munculnya *crypto currenty* membuat beberapa perusahaan di Indonesia mulai berlomba-lomba dalam menciptakan mata uang elektronik serta dompet elektronik. Banyak perusahaan Bank dan Nonn-Bank mulai bersaing dalam menyediakan produk dan jasa uang elektronik yang sudah tersertifikasi oleh Bank Indonesia (Ernawati dan Delima, 2016).

### 2.1.2 Pengertian dan Tujuan Penggunaan Uang Elektronik

Uang elektronik merupakan produk stored-value atau prepaid yang mana sejumlah nilai uang akan disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang diciptakan dengan memiliki berbagai manfaat yang diberikan dengan kemudahan yang ditawarkan kepada penggunanya. Salah satu pemerintah adalah dengan menciptakan sistem pembayaran yang lebih modern dan efisien melalui perbankan, sehingga masyarakat akan mempertimbangkan uang elektronik sebagai pilihannya. Dengan menggunakan uang elektronik akan menjadi pilihan terbaik dibanding alat pembayaran yang lain ditambah dengan aturan yang membuat uang elektronik tidak memiliki perbedaan yang banyak terhadap uang *cash* (uang tunai) bahkan lebih terjamin akan keamanan yang dimilikinya (Bank Indonesia, 2020)

Uang elektronik memiliki beberapa keunggulan pada saat waktu yang diperlukan pada saat bertransaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan alat pembayaran yang lainnya. Penggunaan uang elektronik tidak memerlukan otoritas *online*, tanda tangan ataupun kode PIN. Dengan transaksi *offline* biaya dapat dikurangi dan juga uang elektronik dapat diisi ulang kedalam kartu uang elektronik berbagai metode yang telah disediakan oleh penerbit (Mukti, 2019)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik adalah kondisi yang *real* atau nyata dimana pengguna

menggunakan uang elektronik sebagai salah satu alat transaksi yang menjadi pilihan noleh masyarakat.

### **2.1.3 Manfaat dan Indikator Penggunaan Uang Elektronik**

#### **2.1.3.1 Manfaat Uang Elektronik**

Menurut Bank Indonesia (2020) menyatakan bahwa dengan perkembangan ekonomi yang lebih modern, pertukaran barang dan jasa sudah semakin efisien dan inovatif sehingga diperlukan adanya media pembayaran yang mampu mendukungnya. Penggunaan uang bersifat tunai yang dirasakan mulai menimbulkan masalah, terutama pada biaya *cash handling* yang semakin tinggi serta rendahnya *velocity of money*.

Sistem pembayaran mikro mengalami perkembangan yang pesat di beberapa negara, sehingga pembayaran mikro dibutuhkan waktu pemrosesan transaksi yang lebih relatif lebih cepat dikarenakan sifat kebutuhan transaksinya yang bernilai lebih kecil akan tetapi dengan volume yang tinggi. Uang elektronik muncul untuk menjawab permasalahan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan dapat melakukan proses pembayaran yang efisien dan lebih cepat dengan biaya yang relatif lebih rendah karena pada umumnya nilai yang disimpan dan ditempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses secara cepat, aman dan murah (Bank Indonesia, 2020).

Kebutuhan instrumen pembayaran mikro timbul karena apabila pembayaran dilakukan menggunakan instrumen

pembayaran lain yang ada saat ini, misalnya uang tunai, kartu debit, kartu kredit dan sebagainya menjadi relatif tidak praktis dan efisien. Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif lebih murah karena pada umumnya nilai uang yang disimpan instrumen ini ditempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses secara cepat dan secara *offline* (Bank Indonesia, 2020).

### **2.1.3.2 Indikator Uang Elektronik**

Pada dasarnya indikator merupakan penanda terjadinya suatu perubahan atau kejadian tertentu. Fungsi dari indikator sebagai alat yang mampu menunjuk adanya perubahan didalam suatu kegiatan dan kejadianb tertentu. Indikator penggunaan uang elektronik adalah sesuatu yang mampu menjadi penanda dari penggunaan uang elektronik serta sebagai alat pengukur penggunaan uang elektronik.

Tingkat pemahaman tentang uang elektronik akan menjadi skala dalam kemampuan seseorang mengerti mengerti dan memahami bahwa uang elektronik merupakan alat alternatif pembayaran yang kemudian mampu diartikan dan dimanfaatkan. Sehingga dengan adanya tingkat pemahaman yang mendalam akan menyadari bahwa penggunaan uang elektronik adalah sebagai alat substitusi atau cara alternatif dalam melakukan transaksi (Mukti, 2019)

Tingkat pemahaman dapat didapatkan dari pencarian informasi yang lebih dalam mengenai uang elektronik, yang mampu mengukur tingkat penggunaan dari uang elektronik tersebut. Setelah pencarian informasi maka akan ditemukan penyebab dan ketertarikan dalam menggunakan uang elektronik baik itu dari manfaat yang ditawarkannya maupun fungsi dari uang elektronik tersebut.

Sehingga dalam Mukti (2019) terdapat beberapa indikator yang akan menjadi dasar dan sumber pertanyaan yang akan dimasukkan dalam angket yaitu:

a. Pemahaman arti dan fungsi uang elektronik

Pengukuran ini dapat dilihat bagaimana cara orang menggunakan uang elektronik, serta bagaimana fungsi yang paling utama dari uang elektronik. Selain itu pengguna dari uang elektronik juga paham apa itu uang elektronik serta tujuan dalam pemakaiannya. Sehingga dengan pemahaman mengenai uang elektronik akan membuat orang tersebut menggunakan uang elektronik (Mukti, 2019)

b. Mencari informasi mengenai uang elektronik

Sedangkan untuk pengukuran ini dapat dilihat bagaimana pengguna uang elektronik berusaha untuk mencari informasi yang berkaitan dengan uang elektronik. Sehingga dengan informasi yang didapatkan pengguna tersebut akan menggunakan uang elektronik.

Pengguna uang elektronik mencari ataupun mendapatkan informasi mengenai uang elektronik melalui media elektronik maupun media cetak selain. Selain ini faktor eksternal dan internal lingkungan juga akan mempengaruhi untuk mendapatkan informasi mengenai uang elektronik faktor eksternal dapat berupa dari lingkungan sosial di luar keluarga seperti teman, masyarakat dan lain sebagainya, sedangkan internal adalah keluarga seperti kerabat dan lain sebagainya (Mukti, 2019)

c. Mengetahui penyebab dalam ketertarikan menggunakan uang elektronik.

Pengguna dari uang elektronik mengetahui penyebab yang membuat pengguna tersebut menjadi minat dan tertarik dalam menggunakan uang elektronik dengan jangka waktu yang lama. Penyebab yang dapat memberikan minat dalam menggunakan uang elektronik seperti akan membuat pekerjaan atau kegiatan sehari-hari lebih efisien dan cepat, akan meningkatkan produktivitas kerja dan lain sebagainya (Mukti, 2019).

#### 2.1.4 Jenis-Jenis Uang Elektronik

Berdasarkan fasilitas yang diberikan terdapat dua jenis uang elektronik, yaitu uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit (*registered*) dan yang kedua adalah uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (*unregistered*). Baik keduanya memiliki fasilitas untuk pengisian ulang (*Top up*), pembayaran transaksi, pembayaran tagihan maupun fasilitas lain berdasarkan persetujuan dari Bank Indonesia, sementara khusus bagi yang terdaftar akan mendapatkan fasilitas registrasi pemegang, transfer dana, tarik tunai dan penyaluran program bantuan pemerintah kepada masyarakat (Bank Indonesia, 2020).

Sedangkan berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik, maka terbagi menjadi dua jenis yang pertama adalah uang elektronik yang berbasis kartu atau *chip*, dimana nilai dana pemegang tersimpan dalam *chip* yang terdapat pada kartu uang elektronik. Kemudian yang kedua adalah uang elektronik yang berbasis *server*, dimana nilai dana pemegang tersimpan pada *database* penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa *gadget* pengguna untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor *token* untuk melakukan transaksi (Bank Indonesia, 2020).

### 2.1.5 Bentuk-Bentuk Uang Elektronik

#### 1) Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik

Uang elektronik berdasarkan masa berlaku medianya, uang elektronik dibedakan menjadi dua bentuk yaitu :

a) *Reloadable*, menurut surat edaran Bank Indonesia Nomor 11/11DASP (2009) uang elektronik dengan bentuk *reloadable* merupakan uang elektronik yang dapat dilakukan pengisian ulang, dengan kata lain apabila masa berlakunya sudah habis atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut dapat digunakan kembali untuk dilakukan pengisian ulang.

b) *Disposable*, yaitu uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang, apabila masa berlakunya sudah habis atau nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut tidak dapat digunakan lagi untuk dilakukan pengisian ulang.

#### 2) Berdasarkan Jangkauan Penggunaan

Menurut Rivai (2001) uang elektronik berdasarkan jangkauan penggunaannya dibedakan ke dalam dua bentuk yaitu :

a) *Single-Purpose* yaitu uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas

kewajiban yang timbul dari satu jenis transaksi ekonomi, misalnya uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk pembayaran tol atau uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk pembayaran transportasi umum.

*b) Multi-Purpose*

yaitu uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari berbagai jenis transaksi ekonomi, misalnya uang elektronik yang dapat digunakan untuk pembayaran tol, telepon, transportasi atau untuk belanja.

### **2.1.6 Jenis-Jenis Transaksi Pada Uang Elektronik**

Jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik secara umum adalah :

- 1) Penerbitan (*Issuance*) dan pengisian ulang (*top Up* atau *Loading*)
- 2) Pengisian nilai uang kedalam media uang elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang. Untuk selanjutnya pemegang dapat melakukan pengisian ulang (*Top Up*) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui penyetoran uang tunai, melalui pendebitan rekening di Bank atau melalui terminal-terminal pengisian ulang

yang telah dilengkapi oleh peralatan khusus oleh penerbit (Hidayati, 2016).

- 3) Transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui pertukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang dan pedagang dengan menggunakan *protocol* yang telah ditetapkan sebelumnya (Hidayati, 2016).
- 4) Transfer dalam transaksi uang elektronik merupakan fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit yang tercatat pada media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang (Hidayati, 2016).
- 5) Tarik tunai menurut penjelasan Peraturan bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 *refund* atau *redeem* merupakan penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit baik yang dilakukan oleh pemegang pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir, maupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik

yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang kepada penerbit.

### 2.1.7 Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia (2006) uang elektronik memiliki beberapa kelebihan yang dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakannya diantaranya adalah :

- 1) Uang elektronik memudahkan konsumen dalam menggunakannya dikarenakan konsumen tidak perlu membawa uang dalam bentuk *cash* pada saat berbelanja.
- 2) Beberapa fasilitas umum telah menyediakan layanan dan menerima pembayaran dalam bentuk uang elektronik.
- 3) Pembayaran yang dilakukan lebih cepat dan tepat.
- 4) Adanya *database* yang mencatat transaksi yang telah dilakukan.
- 5) Proses pembayaran yang akan menjadi lebih singkat.

Menurut Bank Indonesia (2006) selain keunggulan uang elektronik juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya adalah :

- 1) Uang elektronik rentan akan terjadinya peretasan atau pembobolan, hal ini dikarenakan sistem yang diakses melalui jaringan internet.
- 2) Resiko kehilangan data apabila ssoftware mengalami gangguan.

- 3) Tidak semua *merchant* ataupun toko menyediakan transaksi dengan menggunakan uang elektronik.
- 4) Apabila adanya resiko kartu uang elektronik hilang maka uang yang disimpan di dalamnya juga akan beresiko hilang.

### 2.1.8 Uang Elektronik Menurut Islam

Hubungan Uang elektronik menurut hukum Islam adalah sama dengan penggunaan uang tunai (*cash*) karena memberikan manfaat dan tujuan yang sama yaitu adalah sebagai alat transaksi. Maka olehnya hukum penggunaan uang elektronik dalam persepektif Islam adalah halal, setiap transaksi dalam muamalah diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya (Yusanto, 2009). Saat ini banyak uang elektronik yang mempunyai fitur yang membantu orang-orang yang membutuhkan seperti fitur-fitur yang disediakan di beberapa uang elektronik yang menyediakan *charity*, Dompot Dhuafa dan Dana Donasi yang bertujuan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan dan fitur lainnya.

Uang elektronik tidak mengandung unsur-unsur *gharar*, *riba*, *maisyir* dan *tadlis*, hal ini dikarenakan setiap penggunaan dalam transaksi atau menggunakan fitur lain maka saldo yang ada di dalam *fintech* berkurang sesuai nominal yang digunakan. Jadi dalam syariaah Islam penggunaan uang elektronik adalah halal digunakan, selama transaksi yang dilakukan tidak melanggar

hukum syariah dan tidak adanya unsur maksiat di dalamnya seperti ketidakpastian (*gharar*), judi (*maisyir*), riba dan penipuan (*tadlis*) (Yusuf, 2019).

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُو فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو عِنْدَ اللَّهِ وَمَا  
آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضَعَّفُونَ

Artinya : *“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (Ar-Rum:39)*

Dalam Quran Surat Ar-Rum Ayat 39 menjelaskan bahwa harta yang diberikan kepada manusia yang bertujuan untuk menambah harta mereka, maka kegiatan muamalah tersebut tidak suci dan tidak diterima disisi Allah SWT. Akan tetapi apabila sedekah ataupun zakat yang diberikan kepada manusia dengan maksud mengharapkan ridha Allah dan dengan ikhlas maka mereka melipatgandakan pahala mereka.

Maka bisa disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik tidak mengandung unsur maksiat seperti riba maka hukumnya adalah haram dan kegiatan muamalah tidak berkah dan tidak

diterima di sisi Allah, akan tetapi apabila penggunaan uang elektronik tidak mengandung maksiat maka hukumnya halal, dan apabila penggunaan uang elektronik digunakan dengan tujuan membantu orang yang membutuhkan seperti memanfaatkan fitur *Charity*, Kitabisa, Dompot Dhuafa dan Dana Donasi dengan ikhlas maka mereka akan melipatgandakan pahalanya.

## 2.2 Uang Elektronik di Indonesia

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pertumbuhan perusahaan-perusahaan *star up*, maka semakin besar pula perkembangan uang elektronik di Indonesia. Uang elektronik di Indonesia dimulai tahun 2006, namun pada tahun tersebut perusahaan yang mengadopsi uang elektronik masih sedikit..

OCBC NISP (2021) menyatakan bahwa ketika Asosiasi uang elektronik di Indonesia didirikan pada tahun 2015, maka kepercayaan uang elektronik Indonesia mengalami pertumbuhan begitu pesat hingga 140 perusahaan tercatat dalam daftar uang elektronik diantaranya adalah :

### 1) Gopay

Menurut website resmi Gojek, Gopay adalah uang elektronik (*electronic money*) yang termasuk *financial technology* yang dipakai untuk melakukan pembayaran, *crowdfunding*, dan investasi melalui aplikasi Gojek. Gopay mampu melakukan pembayaran pada layanan yang disediakan oleh Gojek seperti *Go-ride*, *Go-food* dan lain

sebagainya, pembayaran di toko atau *restoring* yang bermitrakan dengan usaha Gopay menggunakan QRIS (*quick response code Indonesia standard*) yaitu standarisasi pembayaran menggunakan metode kode QR dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan kode QR lebih efisien dan efektif serta terjaga keamanannya, membayar *paylater* (bayar kemudian) untuk konsumen yang terpilih, dan transaksi lainnya sesama pengguna Gopay.

Fitur-fitur yang disediakan oleh Gopay pada aplikasi Gojek diantaranya adalah:

- a) Bayar yaitu melakukan transfer saldo Gopay ke sesama pengguna aplikasi Gopay dan ke Bank, juga untuk melakukan pembayaran di rekan usaha Gopay atau toko *online*.
- b) Top up atau pengisian saldo Gopay.
- c) Eksplor yaitu melihat Gopay *feed* serta melihat fitur-fitur Gopay lainnya.
- d) Minta yaitu menampilkan kode QR Gopay untuk menerima transfer dari pengguna lain atau meminta saldo Gopay secara langsung dari kontak.
- e) *Paylater* yaitu mengaktifkan layanan bayar kemudian, melihat riwayat transaksi, melihat dan membayar tagihan, serta mendapatkan informasi mengenai *paylater*.

- f) Riwayat yaitu melihat transaksi Gopay.
- g) Bantuan yaitu melihat berbagai informasi dan solusi Gopay.
- h) Pengaturan yaitu melihat status *upgrade* akun Gopay ke Gopay Plus, mengatur keamanan yang memakai *fingerprint* atau *face ID* untuk pembayaran, mengatur metode pembayaran dan kartu debit, mengatur PIN Gopay, mengatur aplikasi yang terhubung dengan gopay, dan melihat informasi tentang syarat dan ketentuan layanan Gopay.
- i) Tarik tunai yaitu melakukan Tarik tunai.
- j) *Plus* yaitu meningkatkan akun Gopay menjadi Gopay Plus dan memantau status peningkatan.
- k) GoTagihan yaitu menggunakan layanan Gotagihan.

## 2) OVO

Menurut website resmi OVO (ovo.id, 2017), OVO adalah aplikasi *smart* yang dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi (OVO *Cash*) dan juga mempunyai kesempatan untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (OVO *points*). Fitur-fitur yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *payment* yaitu menyediakan kemudahan dalam bertransaksi dan pembayaran untuk

segala kebutuhan sehari-hari konsumen seperti pulsa, PDAM, listrik dan sebagainya. *OVO Points* yaitu sebuah *loyalty rewards* yang diberikan oleh OVO untuk konsumen dari setiap bertransaksi di berbagai *merchant* yang bermitra dengan OVO dan dapat digunakan kembali sebagai alat pembayaran di seluruh *merchant* yang bekerjasama dengan OVO (1 *OVO Points* = Rp. 1). Fitur lain yang disediakan oleh OVO diantaranya adalah *Top Up*, transfer, Tarik tunai, *history*, dan lainnya.

Jenis keanggotaan OVO terbagi menjadi 2 yaitu *OVO Club* dengan batas *OVO Cash* hingga Rp. 2.000.000/bulan dan *OVO primer* limit saldo *OVO cash* hingga Rp. 10.000.000/bulan dan menyediakan fitur gratis transfer kesemua Bank dan sesama OVO, untuk mendapatkan jenis keanggotaan *OVO primer* maka konsumen diharuskan untuk *registrasi* ulang menggunakan KTP untuk alasan keamanan.

### 3) DANA

Di dalam *website* resmi Dana yaitu Dana.id (2021) menjelaskan bahwa *Dana* merupakan sebuah aplikasi ataupun *platform* pembayaran melalui digitak yang menggunakan sistem *open platform* sehingga dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, *merchant* makanan ataupun minuman maupun pembayaran lainnya. Aplikasi *Dana* hanya bisa digunakan di *smartphone* baik itu *android*

maupun *iphone*. *Dana* telah mengembangkan infrastruktur pembayaran melalui uang elektronik dengan mempelajari *best practice* yang telah digunakan oleh ratusan jutaan pengguna di seluruh Indonesia sehingga keamanan dari *Dana* sudah terjamin.

Selain itu *Dana* telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia dan juga telah memenuhi ketentuan – ketentuan yang disyaratkan oleh Bank Indonesia pada pembayaran uang elektronik sebagai lembaga teknologi finansial di Indonesia. *Dana* telah bekerja sama dengan Bank – Bank nasional, diantaranya Bank Mandiri, BCA, BRI, BNI, CIMB NIAGA, Panin Bank, Permata Bank, dan Bank Sinar Mas.

*Dana* bisa sebagai tempat menyimpan uang dari pengguna yang diletakkan di rekening penampung (*Escrow Account*) untuk *Dana balance* pengguna. *Balance Dana* bisa digunakan untuk pembayaran BPJS, asuransi, pembayaran ReksaDana, pulsa, rekening listrik, rekening air, maupun transfer ke rekening Bank dan lainnya.

Sistem *Dana* telah dikembangkan sebagai dompet elektronik yang hanya bisa menampung uang dengan jumlah yang terbatas sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. *Dana* hanya bisa menampung uang Rp.10.000.000 (sepuluh juta rupiah) apabila belum verifikasi KTP. Akan tetapi apabila telah

verifikasi KTP maka jumlah nominal uang yang dapat ditampung akan naik menjadi Rp.20.000.000 (dua puluh juta rupiah).

#### 4) LinkAja

Menurut *website* resmi LinkAja yaitu linkaja.id, LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis *server* yang merupakan produk andalan dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak tanggal 21 februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapatkan lisen/izin dari Bank Indonesia sebagai perusahaan penerbit uang elektronik dan penyelenggara keuangan digital badan hukum, Finarya juga telah menarapkan sistem manajemen keamanan informasi.

Finarya merupakan anak usaha dari 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dalam artian LinkAja telah terdaftar di BUMN. Sebagai anak usaha BUMN, Finarya juga terbuka untuk bersinergi dengan pihak swasta yang memiliki visi dan misi yang sama. Tujuan dari Linkaja yaitu mendorong inklukasi keuangan dan inklusi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Visi dari LinkAja adalah menjadi *platform* keuangan digital pilihan bangsa (*National Champion*) yang kredibel dan dapat dipercaya. Sedangkan misi dari LinkAja merupakan membangun ekosistem dan *platform* pembayaran serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan

masyarakat kelas menengah/aspiran serta UMKM di Indonesia.

## **2.3 Konsumen**

### **2.3.1 Definisi Konsumen**

Kebanyakan pakar ekonomi mengasumsikan bahwa konsumen merupakan pembeli ekonomis, yakni orang yang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan pilihan yang ada berdasarkan biaya dan nilai manfaat yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari uang dan waktu yang mereka korbankan (Ajizah, 2009).

Kotler & Keller (2005) mendefinisikan konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah ojek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas.

Pada hakikatnya mempelajari konsumen sama halnya kita mempelajari perilaku manusia. Istilah perilaku konsumen yang pada umumnya konsumen memusatkan perhatiannya pada perilaku

individu yang khususnya membeli suatu produk, sekalipun konsumen tersebut tidak terlibat dalam merencanakan pembelian produk tersebut ataupun menggunakan produk tersebut. Firmansyah (2020) berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah tindakan yang berupa tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha dalam memperoleh dan menggunakan barang serta jasa ekonomis termasuk proses dalam pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan perilaku atau tindakan.

### **2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen**

Konsumen memiliki pengertian yaitu setiap individu rumah tangga ketika membeli barang digunakan untuk pribadi. Dapat diartikan bahwa konsumen sebagai orang yang membeli barang maupun jasa secara berulang yang dimana dapat berupa individu maupun kolektif. Perspektif konsumen dapat diartikan sebagai pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan (Darmawan, 2012). Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang berperan dalam menggunakan uang elektronik.

Hidayah (2015) berpendapat mahasiswa sangat berpengaruh dengan lingkungan. Dimana lingkungan tersebut juga dapat berubah secara cepat dalam bidang apa pun itu. Transaksi yang banyak dilakukan oleh mahasiswa biasanya secara langsung dengan melalui uang tunai namun dengan berkembangnya teknologi dapat

diperoleh secara cepat dalam transaksi, bahkan saat ini transaksi dapat melalui aplikasi digital. Hal ini mengakibatkan perubahan nilai serta pola atau gaya hidup masyarakat, sehingga memberikan kemudahan pada masyarakat dalam menentukan gaya hidup yang diinginkan. Gaya hidup inilah dapat digambarkan perilaku bagaimana mereka bisa memanfaatkan waktu yang dimilikinya atau ekspresi dalam aktivitas minat seseorang.

Adapun faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk baik berupa barang atau jasa dapat diklasifikasikan sebagai *marketing stimuli* (dorongan pemasaran), *other stimuli* (dorongan lainnya di luar dorongan pemasaran), *consumer psychology* (psikologi konsumen), *consumer characteristic* (karakteristik konsumen), *buying decision process* (proses pembelian konsumen), dan *purchase decision* (keputusan pembelian konsumen) yang dimana dalam ada *otherstimuli* (dorongan lainnya di luar dorongan pemasaran), sehingga sulit untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi dan mengadopsi suatu produk atau jasa (Indrawati, 2020).

## **2.4 Perilaku Konsumtif**

### **2.4.1 Definisi Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Tambunan, 2001). Olson & Peter (2014) menyatakan bahwa perilaku

konsumtif merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka. Engel, Blackwell, & Miniard (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakantindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*). Ditambahkan pula bahwa perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat komplusif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001).

Adapun perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku membeli yang berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang hanya bersifat semu (Fromn, 2008). Fromn (2008) menjelaskan seseorang dikatakan konsumtif apabila dirinya memiliki barang yang lebih disebabkan

karena pertimbangan status. Seseorang yang konsumtif membeli barang yang diinginkan, bukan yang dibutuhkan, secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan konsumen dalam menggunakan, mendapatkan atau mengonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat faktor kebutuhan (*need*), tetapi hanya didasarkan atas keinginan (*want*) semata tanpa melihat prioritasnya. Perilaku membeli yang berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang hanya bersifat semu, dirinya memiliki barang yang lebih disebabkan karena pertimbangan status.

#### **2.4.2 Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa indikator merupakan sesuatu yang dapat memberikan petunjuk atau keterangan. Sedangkan menurut *World Health Organization* (2020) indikator merupakan suatu variabel yang dapat membantu penggunaannya dalam kegiatan pengukuran berbagai macam perubahan yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sedangkan menurut Green (1992) dalam Mukti (2019) indikator merupakan variabel-variabel yang dapat menunjukkan ataupun mengindikasikan kepada penggunaannya sehingga dapat digunakan untuk mengukur perubahan yang terjadi. Sehingga

indikator perilaku konsumtif merupakan sesuatu yang dapat memberikan pengukuran dalam perubahan yang dirasakan terhadap perilaku konsumtif baik pengaruh secara langsung maupun pengaruh secara tidak langsung.

Apabila dilihat dari beberapa aspek yang perilaku konsumtif maka indikator yang dapat dijadikan sebagai pengukur perubahan perilaku konsumtif adalah perpaduan Sumartono (2002), Fromn (2008) dan Lina & Rasyid (1997) yaitu sebagai berikut :

a. Pembelian secara impulsif

Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian dan tidak mengetahui manfaat serta kegunaannya.

Selain itu aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli sematamata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional (Sumartono, 2002).

Adapun pembelian yang didasari konsumtif adalah sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

b. Pemenuhan keinginan

Pembelian dilakukan secara terus-menerus dan berlebihan, untuk memuaskan keinginan. Pembelian dilakukan terus menerus, seringkali disertai oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang lain (hadiah, potongan harga, kepercayaan diri) sehingga rasa puas yang didapatkan lebih besar (Fromn, 2008).

Pembelian tidak didasari oleh tujuan yang rasional, tetapi lebih didasari oleh motif emosional dan situasi yang meyertai saat pembelian. Engel, Blackwell, & Miniard (2002) menyatakan 36 bahwa individu yang konsumtif memiliki kontrol diri yang rendah yang menyebabkan dirinya membeli barang yang tidak dibutuhkan. Barang yang dibeli seringkali tidak produktif atau bersifat pemborosan karena keputusan individu bukan keputusan yang rasional.

Pembelian dilakukan tanpa pertimbangan rasional, tetapi lebih pada pemenuhan keinginan. Barang-barang yang diinginkan seringkali merupakan barang-barang di luar jangkauan. Individu berusaha untuk membeli barang di luar jangkauan tersebut untuk menjaga eksistensi dirinya.

Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga.

c. Pembelian yang didasarkan mencari kesenangan (*Non Rational Buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa *trendy* (Lina dan Rasyid, 1997).

Pembelian dilakukan atas dasar keinginan memperoleh status tertentu. Perubahan pandangan di masyarakat mengenai produk yang dikonsumsi. Masyarakat saat ini memiliki pandangan bahwa “*new is beautiful*”. Individu dalam menjaga eksistensinya perlu untuk senantiasa mengikuti perkembangan dari trend yang ada. Barang-barang yang baru dianggap lebih baik dan menarik daripada barang-barang yang lama. Barang-barang yang dimiliki individu merepresentasikan status yang dimiliki individu tersebut dalam masyarakat.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah pembelian yang impulsif, pembelian yang tidak rasional, pembelian yang bersifat pemborosan, pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang tidak produktif, status, dan mencari kesenangan. Dari beberapa teori yang telah dijelaskan peneliti memilih untuk

menggunakan aspek yang dikemukakan Sumartono (2002), Fromn (2008) dan Lina & Rasyid (1997) dalam penyusunan skala, karena lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan, juga lebih memiliki aspek yang lengkap.

### **2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, yaitu internal dan eksternal:

#### **1) Faktor Eksternal/Lingkungan**

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga.

#### **a) Kebudayaan**

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi kebutuhan hidupnya. Kebudayaan adalah

determinan yang paling fundamental dan keinginan perilaku seseorang (Mangkunegara, 2002).

b) Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002) yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif (Mangkunegara, 2002).

c) Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2002). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

2) Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

a) Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler, 2000), di antaranya:

- Motivasi, dapat mendorong karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang/jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.
- Persepsi, berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.
- Sikap pendirian dan kepercayaan. Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

b) Faktor pribadi, menurut Kotler (2000) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

- Usia, pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih

besar daripada orang dewasa. Tambunan (2001) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

- Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.
- Keadaan ekonomi. Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang (Kotler, 2000). Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat (Swastha & Handoko, 1998).
- Kepribadian. Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang menentukan dan merefleksikan bagaimana

seseorang merespon lingkungannya (Schiffman & Kanuk , 2013).

- Jenis kelamin. Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001).

Suyasa (2005) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit.

- 1) Hadirnya iklan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada khalayak melalui media massa yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.
- 2) Konformitas terjadi karena keinginan yang kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.
- 3) Gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, gaya hidup yang dimaksudkan di sini adalah gaya hidup yang meniru gaya orang luar negeri yang memakai produk mewah dari luar negeri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang

- 4) Kartu kredit digunakan oleh pengguna tanpa takut tidak mempunyai uang untuk belanja.

Kesimpulan dari uraian di atas yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal di antaranya faktor kebudayaan, faktor kelas sosial, faktor keluarga, dan faktor internal diantaranya motivasi, persepsi, sikap pendirian, usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan jenis kelamin. Iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit juga mendukung terjadinya perilaku konsumtif.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada penelitian – penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Maka peneliti ingin menambahkan dan mengembangkan penelitian yang telah mereka lakukan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Herwati dan Adiputra (2021) dengan judul “Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri”. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel interverning (variabel Z) yaitu

kontrol diri sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih terfokus pada variabel X dan Y saja. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian yang dilakukan, pada penelitian sebelumnya fokus pada pengguna uang elektronik dari Dana, Gopay, Ovo dan Isaku sedangkan fokus objek penelitian ini adalah Dana, Ovo, Gopay dan Linkaja. Perbedaan selanjutnya terletak pada alat uji yang digunakan yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan SmartPLS sedangkan pada penelitian yang dilakukan akan menggunakan SPSS. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel X dan Y yaitu penggunaan uang elektronik (E-Money) dan perilaku konsumtif. Persamaan lainnya terletak pada subjek yang diteliti yaitu mahasiswa.

2. Penelitian yang dilakukan Insana dan Johan (2021) dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”. Tujuan dari penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan terletak pada objek penelitian, pada penelitian sebelumnya objek penelitiannya semua uang

elektronik yang resmi diakui oleh Bank Indonesia sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan hanya terfokus pada beberapa uang elektronik yaitu Dana, Ovo, Gopay dan Linkaja. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian, pada penelitian sebelumnya melakukan penelitian di Jakarta sedangkan penelitian yang akan dilakukan pada Banda Aceh. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X dan Y yaitu penggunaan uang elektronik sebagai Y dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y. persamaan selanjutnya terletak pada alat uji yang digunakan yaitu menggunakan SPSS.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Azib (2021) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian, penelitian sebelumnya terfokus pada semua penerbit uang elektronik yang telah diakui oleh Bank Indonesia sedangkan penelitian ini lebih terfokus pada empat uang elektronik yang

telah diakui oleh Bank Indonesia yaitu Dana, Ovo, Gopay dan Linkaja. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian, penelitian sebelumnya melakukan penelitian di Bandung sedangkan penelitian yang akan diteliti melakukan penelitian di Banda Aceh. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel yang digunakan yaitu penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Persamaan lainnya terletak pada alat uji yaitu menggunakan SPSS.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Afiyah (2020) dengan judul “Pengaruh Penggunaan uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Hidayatullah Jakarta)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk melihat bagaimana pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian, penelitian sebelumnya terfokus pada semua penerbit uang elektronik yang diterbitkan oleh Bank seperti Brizzi dari BRI, Sakuku dari BCA, *electronic money* Nobu dari Nobu National bank dan lain sebagainya, sedangkan penelitian ini lebih terfokus pada empat uang elektronik yang telah diakui oleh Bank Indonesia yaitu Dana, Ovo, Gopay dan Linkaja.

Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian, penelitian sebelumnya melakukan penelitian di Jakarta sedangkan penelitian yang akan diteliti melakukan penelitian di Banda Aceh. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel yang digunakan yaitu penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Persamaan lainnya terletak pada alat uji yaitu menggunakan SPSS.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2019) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan, *E-Money*, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian ini pada variabel penelitian, pada penelitian sebelumnya variabel yang digunakan adalah literasi keuangan, *electronic money*, gaya hidup dan kontrol diri sedangkan penelitian ini hanya terfokus pada penggunaan *electronic money*. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi yang akan diteliti, pada penelitian sebelumnya meneliti di Sumatera Utara sedangkan penelitian ini akan meneliti di Banda Aceh. Persamaan penelitian ini menggunakan

alat pengujian yang sama yaitu SPSS. Persamaan lainnya terletak pada variabel independen yaitu perilaku konsumtif.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Noto (2019) dengan judul “Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian, penelitian sebelumnya terfokus pada semua penerbit uang elektronik yang telah diakui oleh Bank Indonesia sedangkan penelitian ini lebih terfokus pada empat uang elektronik yang telah diakui oleh Bank Indonesia yaitu Dana, Ovo, Gopay dan Linkaja. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian, penelitian sebelumnya melakukan penelitian di Jawa Tengah sedangkan penelitian yang akan diteliti melakukan penelitian di Banda Aceh. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel yang digunakan yaitu penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Persamaan lainnya terletak pada alat uji yaitu menggunakan SPSS.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Identitas Penelitian	Objek Penelitian	Metode dan Alat Uji	Hasil Penelitian
1.	Dewi, Herawati dan Adiputra (2021) “Penggunaan <i>E-money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri”	Penggunaan <i>Electronic Money</i> , Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri	Merode yang digunakan adalah kuantitatif dan alat uji yang digunakan adalah SmartPLS.	Penggunaan <i>e-money</i> berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan agar para mahasiswa meningkatkan kontrol diri dalam mengimbangi penggunaan emoney, sehingga <i>e-money</i> bisa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu mampu mempermudah transaksi mahasiswa, dan menghindari sisi buruknya. Dengan adanya kontrol diri, mahasiswa sebagai pengguna <i>e-money</i> juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Kontrol diri mampu memediasi antara <i>e-money</i> dengan perilaku konsumtif.
2.	Insana dan Johan (2021) “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan	Penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif.	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan alat uji yang digunakan adalah SPSS	Penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang rendah dengan kontribusi

	Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”			variabel penggunaan uang elektronik sebesar 10,56% terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh variabel lainnya.
3.	Yulianan dan Azib (2021) “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa manajemen Universitas Islam Bandung”	Penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS sebagai alat uji.	Terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 10,2%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan, melakukan pembelian yang berlebihan, membeli barang yang tidak diperlukan, dan mencari kepuasan yang harus dipenuhi.
4.	Afiyah (2020) “Pengaruh Penggunaan uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Hidayatullah Jakarta)”	Penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS sebagai alat uji.	Terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,5%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan

				keinginan daripada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas.
5.	Ramadhani (2019) “Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Electronic Money</i> , gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Sumatera Utara”	Literasi keuangan, E-Money, gaya hidup, kontrol diri dan perilaku konsumtif.	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan alat uji yang digunakan adalah SPSS.	Literasi Keuangan, <i>Electronic Money</i> , Gaya Hidup, dan Kontrol Diri, secara serempak, berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0,05$ terhadap Perilaku Konsumtif. Secara parsial, pada $\alpha = 0,05$ variabel Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan variabel <i>Electronic Money</i> dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
6.	Noto (2019) “Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”	Uang elektronik dan perilaku konsumtif	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan SPSS sebagai alat uji yang digunakan.	terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik dalam perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret. Ini disebabkan oleh pembayaran dengan uang elektronik yang mudah digunakan.

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

## 2.6 Kerangka Konseptual

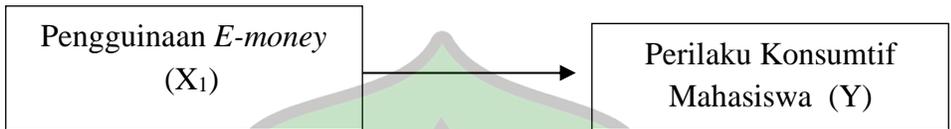
Menurut Martono (2016) mendefinisikan bahwa Kerangka konsep adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bagaimana suatu teori yang berhubungan, yang dapat dibangun berdasarkan teori, pustaka serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan serta dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga dapat menghasilkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya untuk diteliti. Pada penelitian variabel independennya adalah penggunaan *E-money* sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif mahasiswa.

Uang elektronik memiliki beberapa fitur yang ditawarkan pada saat melakukan transaksi dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan melakukan transaksi dengan uang *cash*. Penggunaan uang elektronik lebih efisien dikarenakan hanya memerlukan aplikasi yang menyediakan fitur dalam transaksi, seperti Dana, OVO dan lain sebagainya.

Sehingga dengan fitur yang disediakan oleh uang elektronik maka perilaku konsumtif akan meningkat hal ini disebabkan karena pembayaran yang lebih efisien dan efektif dilakukan. Hanya dengan menggunakan *smartphone* sudah bisa melakukan transaksi atau pembelian barang-barang yang *branded* atau *trendy*. Maka penggunaan uang elektronik akan mampu mendorong penggunaannya ke perilaku konsumtif dengan melakukan pembelian yang tidak diperlukan (pembelian impulsif), melakukan pemborosan, pembelian yang didasarkan oleh kesenangan dan sebagainya.

Sehingga kerangka konseptual yang bisa digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber: Data diolah (2022)

## 2.7 Perumusan Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang mempunyai arti dibawah dan *thesa* yang artinya kebenaran. Menurut Dantes (2012) hipotesis adalah praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan melalui penelitian. Adapun menurut Martono (2016) hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara yang kebenarannya masih diuji atau rangkuman simpulan yang bersifat teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka, penelitian terdahulu dalam penelitian ini.

Penggunaan uang elektronik yang sudah mulai berkembang di Indonesia dengan memberikan fitur-fitur yang akan membuat transaksi menjadi lebih efisien dan efektif, sehingga dengan fitur ini memberikan beberapa dampak positif kepada penggunanya. Selain dampak positif fitur yang disediakan oleh uang elektronik akan memberikan dampak negatif juga yaitu perilaku konsumtif. Pengguna uang elektronik yang sudah mengerti mengenai manfaat dan fungsi uang elektronik akan cenderung melakukan pembelian

sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan sehingga terjadinya pembelian yang tidak rasional hanya melakukan pembelian yang didasarkan oleh kesenangan semata, tanpa memikirkan kebutuhan yang dibutuhkan akan tetapi hanya ingin tampil dengan barang yang *trend* dan mahal.

Engel, Miniard dan Miniard (2002) menyatakan bahwa individu yang konsumtif didasarkan oleh keadaan dan situasi yang mampu menyebabkan individu tersebut membeli barang yang tidak produktif. Adapun situasi dan keadaan tersebut dapat berupa penggunaan uang elektronik yang mampu mempercepat pembelian barang tanpa mempertimbangkan fungsi dan manfaat dari barang tersebut.

Insana dan Johan (2021) berpendapat bahwa penggunaan uang elektronik mampu mendorong perilaku konsumtif pada pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. Pengaruh penggunaan uang elektronik akan menyebabkan pembelian secara terus menerus tanpa memikirkan manfaat dari barang tersebut, terjadinya pemborosan, mencari kepuasan dalam pembelian dan sifat yang suka mengoleksi barang.

Berdasarkan teori-teori yang ada maka dapat disimpulkan hipotesis pada penelitian ini adalah:

$H_a$  = Penggunaan *E-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Aceh.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kuantitatif, karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang meliputi konkrit/empiris, objektif, terukur rasional dan sistematis, data pada penelitian ini akan berupa angka-angka yang akan dianalisis dengan menggunakan statistika. Penelitian merupakan sebuah penelitian survey yaitu penelitian yang diharuskan untuk mengambil sampel dari satu populasi dan akan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang termasuk sebagai data primer (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini akan dilakukan dengan survey sekali waktu (*cross-sectional survey*) yaitu survey yang mengumpulkan dan memperoleh data pada waktu tertentu dengan tujuan untuk menggambarkan kondisi, fenomena dan perihal yang terjadi pada populasi tersebut.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi merupakan ruang lingkup yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai karakter dan kuantitas yang

telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, dipelajari sehingga peneliti mampu menarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Banda Aceh yang berjumlah 63.292 Mahasiswa (PDDikti, 2022)

**Tabel 3. 1**  
**Jumlah Kampus dan Mahasiswa di Banda Aceh**

<b>Nama Kampus</b>	<b>Total Mahasiswa</b>
Ubudiyah	90
AKAFARMA Banda Aceh	126
STMIK Indonesia Banda Aceh	296
STIES	48
USK	35.132
UIN Ar-Raniry	24.319
UBBG	2.964
STISIP Al Washliyah Banda Aceh	317
<b>Total</b>	<b>63.292</b>

Sumber: PDDikti (2022)

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah mahasiswa di Banda Aceh. Adapun jumlah dari mahasiswa di Banda Aceh berjumlah 63.292 mahasiswa.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat

mewakili populasinya. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan tehnik *cluster* atau area sampling. Menurut Sugiyono (2014) *cluster sampling* (area sampling) adalah tehnik sampling yang digunakan untuk menentukan apabila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas misalnya sebuah kota, kabupaten, provinsi.

Keuntungan dari metode *cluster sampling* adalah lebih mudah, hemat biaya, relatif lebih efisien. Akan tetapi hanyalah berupa kesan-kesan umum yang masih bersifat kasar dan umum. Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti akan menggunakan pendekatan Slovin yaitu :

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

Keterangan rumus Slovin :

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : persentase kelonggaran, ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ada ditollerir 10%

Dalam rumus Slovin ada dua (2) ketentuan yaitu : Nilai  $e = 10\%$  (0,1) untuk populasi dalam jumlah yang besar sedangkan nilai  $e = 20\%$  (0,2) untuk populasi dalam jumlah kecil, jadi rentang sampel yang diambil dari tehnik Slovin adalah 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah mahasiswa di Banda Aceh yang berjumlah 63.292 Mahasiswa, sehingga persentase kelonggarannya adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Dengan rincian mahasiswa sebagai berikut :

Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{63,292}{1 + 63,292(10\%)^2}$$

$$n = \frac{63,292}{1 + 63,292(0,1)^2}$$

$$n = \frac{63,292}{1 + 632,92}$$

$$n = \frac{63,292}{633,92}$$

$n = 99,84$  (dibulatkan menjadi 100 responden)

Untuk menyebarkan kuisioner akan dilakukan pada universitas yang berada di Banda Aceh dengan cara *non probability sampling* yaitu semua universitas di Banda Aceh memiliki peluang

yang sama untuk menjadi responden penelitian ini dengan jumlah responden 100 mahasiswa.

### **3.3 Sumber Data Penelitian**

Sumber dari data penelitian ini berasal dari data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang menunjukkan pada informasi yang telah didapati oleh peneliti yang mempunyai kaitan erat dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber untuk data primer ini berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet dan kuisioner (Sekaran, 2011). adapun pada penelitian ini penyebaran kuisioner kepada mahasiswa di kota Banda Aceh menjadi data primer.

### **3.4 Tehnik Pengumpulan Data**

Tehnik pengumpulan data merupakan sebuah tahap yang dilakukan untuk dapat memperoleh data serta keterangan yang dapat membantu untuk mendapatkan informasi yang dapat menyelesaikan sebuah penelitian tujuan lainnya adalah untuk mendukung penelitian sehingga diperlukan sejumlah data yang mampu memperkuat dan mempertegas penelitian (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan kuisioner, peneliti akan mengambil kuisioner, di dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan kuisioner yang bersifat tertutup. Sugiyono (2013) mendefinisikan kuisioner adalah alat yang digunakan untuk

mengumpulkan informasi yang diperlukan, yang secara garis besar terdiri dari tiga bagian terpenting yaitu : judul kuisioner, pengantar yang berisi tujuan dan petunjuk pengisian kuisioner dan daftar pertanyaan yang berisikan opini atau perpaduan antara fakta dan opini. Sedangkan kuisioner tertutup adalah kuisioner yang hanya menyediakan pertanyaan dan jawaban yang harus dipilih responden yang bersifat terbatas.

Skala pengukuran adalah peraturan yang menggunakan notasi berupa bilangan dalam pengukuran. Dalam penelitian ini, teknik dalam pengukuran data menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi dari seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Menurut Budiadji (2013) ada beberapa skalapengukuran yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, diantaranya skala thurstone, skala guttman dan skal likert. Skala thurstone digunakan untuk menduga referensi indinidu dengan menggunakan nilai berupa frekuensi responnya. Skalam guttman adalah kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka semua butir pertanyaan harus disetujui. Sedangkan skala likert adalah beberapa butir pertanyaan dan disediakan lima butir titik pilihan pada setiap butirnya.

Adapun macam-macam skala pengukuran adalah skala nominal, skala interval, dan skala rasio. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala ordinal yang kemudian diubah menjadi skala interval menggunakan *method of succeive interval*. Sugiyono

(2013), skala likert digunakan untuk mengukur tingkat sikap, fenomena sosial, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Skala likert ini disusun dikategorikan lima pertanyaan yang dirancang dalam bentuk angket dan diberi dengan nilai 1 – 5 (satu sampai lima), seperti pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran Data**

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014)

### **3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.5.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk dan yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Y) atau variabel terikat. Variabel independen pada penelitian ini adalah penggunaan uang elektronik yaitu : alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan cara menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit uang elektronik tersebut atau dengan cara pendebitan rekening di Bank dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam bentuk satuan Rupiah (Rp) yang bertujuan untuk melakukan transaksi seperti pembayaran atau pembelian dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut (Rifai, 2001).
2. Variabel Dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah perilaku konsumtif yang merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal atau perilaku konsumtif disebut sebagai istilah *wastefull consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam memberi barang dan jasa yang tidak berguna atau mengonsumsi lebih dari

definisi yang masuk akal dari kebutuhan (Dikria dan Mintarti, 2011).

### 3.5.2 Operasional Variabel

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Adapun indikator dan angket pada penelitian ini diadopsi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Mukti (2019) Sumartono (2002), Fromn (2008) dan Lina & Rasyid (1997) Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut

**Tabel 3. 3**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Penggunaan <i>E-money</i> (X1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemahaman arti dan fungsi uang elektronik</li> <li>• Mencari informasi mengenai uang elektornik</li> <li>• Mengetahui penyebab dalam</li> </ul>	Interval	Mukti (2019))

		ketertarikan menggunakan uang elektronik.		
2	Perilaku Konsumtif (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian secara impulsif</li> <li>• Pemenuhan keinginan</li> <li>• Pembelian yang didasarkan mencari kesenangan</li> </ul>	Interval	Sumartono (2002), Fromn (2008) dan Lina & Rasyid (1997)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali, 2011).

Sugiyono (2017) mengungkapkan apabila koefisien antara item dengan total keseluruhan dari item memiliki nilai sama ataupun diatas nilai 0,3, maka item tersebut dinyatakan valid, akan

tetapi apabila nilainya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka data tersebut valid (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka data tersebut tidak valid (tidak signifikan) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyebutkan reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai *Alpha*  $> 0,60$  maka reliabel, dalam hal ini peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara *alpha* ( $\alpha$ ) dengan *r* tabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan

reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* yaitu  $> 0,60$  (Ghozali, 2011).

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali (2011) menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah

diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2011) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linier sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan keadaan variabel (Sugiyono,2010:277). Sedangkan menurut Ghozali (2011) Analisis

linear sederhana adalah pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap satu variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis dapat digunakan apabila variabel independennya tidak lebih dari dua yakni satu variabel. Dengan kata lain analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (Independen) dalam suatu penelitian dengan variabel terikat (Dependen). Variabel independen pada penelitian ini adalah penggunaan *E-Money*. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

- $\alpha$  : konstanta
- $\beta$  : koefisien variabel
- X : variabel
- e : error term

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel yang diteliti yaitu variabel dependen dan independen, maka dihitung koefisien determinasi jika  $R^2 = 100\%$  berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian

sebaliknya jika  $R^2 = 0$  berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai  $R^2$  berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  harus berkisar 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ )
2. Apabila  $R^2 = 1$  berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
3. Apabila  $R^2 = 0$  berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*.

### **3.9.2 Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial t adalah pengujian untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual untuk menerangkan variasi keterkaitan variabel, dan juga membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis

alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Priadana dan Muis, 2009).

Teknik uji t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) > 0,05. Kriteria yaitu:

- Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika tingkat signifikan < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika tingkat signifikan > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Banda Aceh

Kota Banda Aceh merupakan satu dari 23 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Aceh sekaligus sebagai ibukota Provinsi Aceh. Kota Banda Aceh merupakan ibu kota Provinsi Aceh. Secara geografis Kota Banda Aceh berada pada posisi yang terletak di antara  $05^{\circ} 16' 15'' - 05^{\circ} 36' 16''$  Lintang Utara dan  $95^{\circ} - 16' 15'' - 22' 16''$  Bujur Timur. Daratan Kota Banda Aceh memiliki rata-rata altitude 0,80 meter di atas permukaan laut. Kota Banda Aceh memiliki luas wilayah 61.359 Ha ( $61,36 \text{ Km}^2$ ). Dengan luas wilayah  $14,24 \text{ Km}^2$ , Kecamatan Syiah Kuala merupakan kecamatan terluas di Kota Banda Aceh Kota Banda Aceh sebesar 61.359 Ha atau dengan kisaran  $61,36 \text{ Km}^2$  (BPS: Kota Banda Aceh, 2022).

Secara geografis, maka Kota Banda Aceh memiliki batas-batas sebagai berikut: sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Darussalam dan Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Ingin Jaya dan Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar (BPS: Kota Banda Aceh, 2022).

Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan yaitu kecamatan Meuraxa, Jaya Baru, Banda Raya, Baiturahman, Lueng Bata, Kuta

Alam, Kuta Raja, Syiah Kuala dan Ulee Kareng. Masing-masing kecamatan tersebut memiliki luas wilayah yang berbeda. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada tabel 4.1 di bawah ini.

**Tabel 4. 1**  
**Luas Wilayah Kota Banda Aceh Perkecamatan**

No.	Kecamatan	Luas
1	Meuraxa	7,26
2	Jaya Baru	3,78
3	Banda Raya	4,79
4	Baiturrahman	4,54
5	Lueng Bata	5,34
6	Kuta Alam	10,05
7	Kuta Raja	5,21
8	Syiah Kuala	14,24
9	Ule kareng	6,16
	<b>Total</b>	<b>61,36</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh (2022)

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka kecamatan dengan luas wilayah terbesar yaitu Kecamatan Syiah Kuala (14,24 km<sup>2</sup>) sedangkan kecamatan dengan luas terkecil yaitu Kecamatan Jaya Baru (3,78km<sup>2</sup>). Secara demografis penduduk Kota Banda Aceh pada tahun 2018 berjumlah 265.111 jiwa yang terdiri dari 136.372 jiwa penduduk laki-laki dan 128.739 jiwa penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki di kota Banda Aceh secara keseluruhan lebih banyak dari pada jumlah penduduk perempuan yang bisa dilihat dari sex rasionya rata-rata 100 orang. Pada tahun 2018 untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 106 penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk Kota Banda Aceh mencapai 4.321 jiwa per. Kecamatan terpadat adalah Kuta Alam (52.645 jiwa), sedangkan

kecamatan Kuta Raja (13.632 jiwa) memiliki kepadatan penduduk terkecil. Bila dilihat dari struktur penduduk, Kota Banda Aceh didominasi penduduk usia muda. Jumlah penduduk terbesar berada pada kelompok umur 20-24 tahun yaitu sebanyak 39.922 jiwa, kemudian diikuti oleh penduduk umur 25-29 tahun sebanyak 29.902 jiwa dan penduduk umur 0-4 tahun sebanyak 27.247 jiwa (BPS: Kota Banda Aceh, 2022).

## **4.2 Deskripsi Karakteristik Responden**

### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Pada karakteristik responden peneliti akan membahas mengenai karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin, usia, jurusan dan aplikasi yang digunakan pada mahasiswa di Banda Aceh. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis *cluster sampling* (area sampling) adalah tehnik sampling yang digunakan untuk menentukan apabila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden.

#### **4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	67	67%
2	Perempuan	33	33%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin lebih dominan laki-laki dengan jumlah 67 (67%) responden, sedangkan responden jenis kelamin perempuan hanya berjumlah 33 (33%) responden. Maka dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa dengan jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi yang menggunakan uang digital.

#### 4.2.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Mahasiswa di Banda Aceh yang menggunakan uang digital memiliki perbedaan rentang usia yang berbeda. Adapun rentang usia mahasiswa yang menggunakan uang digital adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17 - 19 Tahun	38	38%
2	20 -22 Tahun	31	31%
3	22 - 24 Tahun	22	22%
4	> 25 Tahun	9	9%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui rentang usia 17 tahun sampai dengan 19 tahun merupakan mahasiswa yang menggunakan dompet digital terbanyak dengan jumlah 38 responden atau 38%

kemudian mahasiswa dengan rentang umur 20 tahun sampai dengan 22 tahun dengan jumlah 31 responden atau 31%. Sedangkan mahasiswa dengan rentang usia 22 tahun sampai dengan 22 tahun berjumlah 24 tahun berjumlah 22 orang atau 22% dan terakhir adalah mahasiswa yang berusia lebih dari 25 tahun dengan jumlah 9 orang atau 9%.

#### 4.2.1.3 Responden Berdasarkan Universitas

Responden pada penelitian ini diambil dari beberapa universitas yang berbeda. Adapun universitas mahasiswa yang menggunakan uang digital adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Berdasarkan Universitas**

No	Universitas	Jumlah	Persentase
1	UIN Ar-Raniry	37	37%
2	USK	30	30%
3	UBBG	17	17%
4	STMIK Indonesia Banda Aceh	7	7%
5	AKAFARMA Banda Aceh	5	5%
6	Lainnya	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui mahasiswa pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN Ar-Raniry) merupakan responden terbanyak pada penelitian ini yaitu 37 responden (37%), kemudian mahasiswa dari Universitas Syiah Kuala (USK) yang berjumlah 30 responden atau 30%. Kemudian mahasiswa dari Universitas Bina Bangsa Getsempena (UBBG) yang berjumlah 17 responden atau 17%. Sedangkan mahasiswa dari STMIK Banda Aceh berjumlah 7 (7%) responden dan mahasiswa AKAFARMA berjumlah 5 atau 5% responden

dan mahasiswa yang dari universitas lain seperti STIES, Ubudiyah dan sebagainya berjumlah 4 (4%) responden.

#### 4.2.1.4 Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan aplikasi yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan**

No	Aplikasi Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	Gopay	48	48%
2	OVO	21	21%
3	Dana Digital	15	15%
4	Linkaja	9	9%
5	Lainnya	7	7%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui aplikasi yang digunakan oleh mahasiswa di Banda Aceh didominasi oleh penggunaan gopay dengan jumlah 48 responden atau 48%. Kemudian aplikasi OVO dengan jumlah 21 (21%) responden dan aplikasi Dana Digital dengan jumlah 15 respoden atau 15%, sedangkan aplikasi Linkaja dengan jumlah 9 atau 9% responden dan terakhir adalah aplikasi lainnya seperti Astrapay, Doku dan sebagainya dengan jumlah 7 (7%) responden.

#### 4.2.1.5 Responden Berdasarkan Jumlah Aplikasi Yang Digunakan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan jumlah aplikasi yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 6**  
**Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan**

No	Jumlah Aplikasi Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	1 Aplikasi	37	37%
2	2 Aplikasi	48	48%
3	> 3 Aplikasi	15	15%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui jumlah aplikasi uang digital yang digunakan oleh mahasiswa paling banyak adalah 2 aplikasi dengan jumlah 48 (48%) responden, kemudian 1 aplikasi dengan jumlah 37 (37%) responden dan terakhir adalah mahasiswa yang menggunakan lebih dari 3 aplikasi uang digital dengan jumlah 15 (15%) responden.

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel ANIRY

. Tanggapan responden terhadap kuesioner yang terjadi diukur menggunakan skala Likert dengan skala 5 yaitu skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 netral, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

#### 4.2.2.1 Deskripsi Variabel Penggunaan *Electronic Money* (X)

Pada variabel penggunaan uang digital (X) terdapat 9 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4. 7**  
**Deskripsi Variabel Penggunaan Uang Digital**

No	Daftar Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
1	Saya mengerti tentang uang elektronik secara umum	3	11	17	39	30	3,82	3,73
2	Saya memahami tentang fungsi dari uang elektornik	3	8	16	39	34	3,93	
3	Saya mengerti tujuan penggunaan uang elektornik	2	12	25	26	35	3,80	
4	Saya mencari informasi tentang uang elektronik di koran dan majalah	1	11	24	33	31	3,82	
5	Saya mencari informasi mengenai uang elektornik dari media elektronik	3	11	27	41	18	3,60	
6	Saya mendapatkan informasi dari teman dan lingkungan masyarakat	1	10	18	54	17	3,76	
7	Saya menggunakan uang elektronik karena manfaat yang diberikan	3	14	22	39	22	3,63	
8	Saya menggunakan uang elektronik karena kemudahan yang ditawarkannya	2	12	24	38	24	3,70	
9	Saya menggunakan uang elektornik karena lebih efisien	4	11	27	41	17	3,56	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel penggunaan uang elektronik (X) adalah 3,73. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari sembilan

pernyataan adalah pada pernyataan kedua yaitu “Saya memahami tentang fungsi dari uang elektornik” dengan rata-rata sebesar 3,93. Sedangkan pernyataan dengan rendah adalah pada pernyataan kesembilan yaitu ”Saya menggunakan uang elektornik karena lebih efesien” dengan rata-rata 3,56.

#### 4.2.2.2 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Pada variabel perilaku konsumtif (Y) terdapat 12 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4. 8**  
**Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif**

No	Daftar Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
1	Saya membeli barang tanpa mempertimbangkan fungsi	4	14	27	44	11	3,44	3,99
2	Saya membeli barang tanpa melihat kegunaannya	0	3	21	40	38	4,09	
3	Saya memiliki barang yang mempunyai kegunaan dan fungsi yang sama lebih dari satu	0	3	20	40	36	4,08	
4	Dalam membeli barang, saya tidak mempertimbangkan keawetan penggunaan dari barang tersebut	0	9	15	43	33	4,00	
5	Saya membeli barang untuk memuaskan atau memenuhi	0	4	13	47	36	4,15	

	keinginan saya						
6	Saya membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih bisa digunakan	0	4	14	46	36	4,14
7	Dengan semakin banyaknya barang keluaran terbaru, saya akan merasa bosan pada barang-barang yang telah saya miliki sebelumnya	0	7	21	44	28	3,93
8	Munculnya produk terbaru akan mendorong saya untuk memilikinya	0	6	16	39	39	4,11
9	Saya merasa senang membeli produk untuk menambah koleksi pribadi saya	0	8	17	42	33	4,00
10	saya merasa senang apabila dapat membeli barang yang <i>trendy</i> walaupun harganya mahal	0	6	17	44	33	4,04
11	Walaupun tidak direncanakan, saya terdorong untuk membeli barang-barang baru yang ditawarkan di pusat perbelanjaan	1	8	14	40	37	4,04
12	Apabila saya sudah tertarik pada suatu barang, saya tidak akan memperdulikan	2	14	4	49	31	3,93

	harga dari barang tersebut							
--	----------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel perilaku konsumtif (Y) adalah 3,99. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 12 (dua belas) pernyataan adalah pada pernyataan kelima yaitu “Saya membeli barang untuk memuaskan atau memenuhi keinginan saya” dengan rata-rata sebesar 4,15. Sedangkan pernyataan dengan rendah adalah pada pernyataan pertama yaitu ”Saya membeli barang tanpa mempertimbangkan fungsi” dengan rata-rata 3,44.

### 4.3 Hasil Uji Instrumen

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara  $r$  hitung atau *person correlation* dengan  $r_{tabel}$ . Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dengan derajat kebebasan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  (n adalah jumlah data), sehingga  $r_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,165 dan pernyataan dalam kuesoner dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun uji validitas pada variabel penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel di bawah:

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Penggunaan Uang Elektronik (X)	X.1	0,766	0,165	Valid
	X.2	0,624	0,165	Valid
	X.3	0,834	0,165	Valid
	X.4	0,803	0,165	Valid
	X.5	0,830	0,165	Valid
	X.6	0,67	0,165	Valid
	X.7	0,855	0,165	Valid
	X.8	0,839	0,165	Valid
	X.9	0,817	0,165	Valid
Perilaku konsumtif (Y)	Y.1	0,380	0,165	Valid
	Y.2	0,584	0,165	Valid
	Y.3	0,561	0,165	Valid
	Y.4	0,499	0,165	Valid
	Y.5	0,544	0,165	Valid
	Y.6	0,539	0,165	Valid
	Y.7	0,421	0,165	Valid
	Y.8	0,524	0,165	Valid
	Y.9	0,501	0,165	Valid
	Y.10	0,524	0,165	Valid
	Y.11	0,564	0,165	Valid
	Y.12	0,564	0,165	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dan hasilnya memperlihatkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga mendapatkan nilai yang valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah indikator konsisten atau bagaimana indeks tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila *coefecient*

*cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 ( $>0,60$ ). Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Standar Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Penggunaan Uang Elektronik (X)	9	0,60	0,926	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	12		0,684	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel memperlihatkan nilai dari *cronbach alpha* variabel penggunaan uang elektronik (X) yaitu sebesar 0,926 dan pada variabel perilaku konsumtif (Y) nilainya sebesar 0,684. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

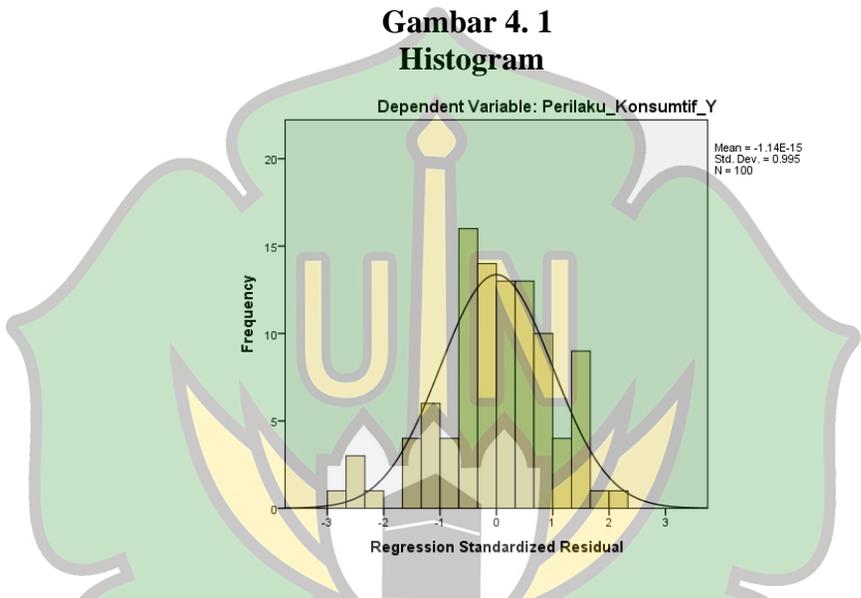
#### 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah sampel yang digunakan pada suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak, pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan dapat dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan

regresi menggunakan software SPSS. Pengujian dengan grafik berikut pola hasil dari pengolahan SPSS dapat dilihat pada Gambar 4.1.

**Gambar 4.1**  
**Histogram**



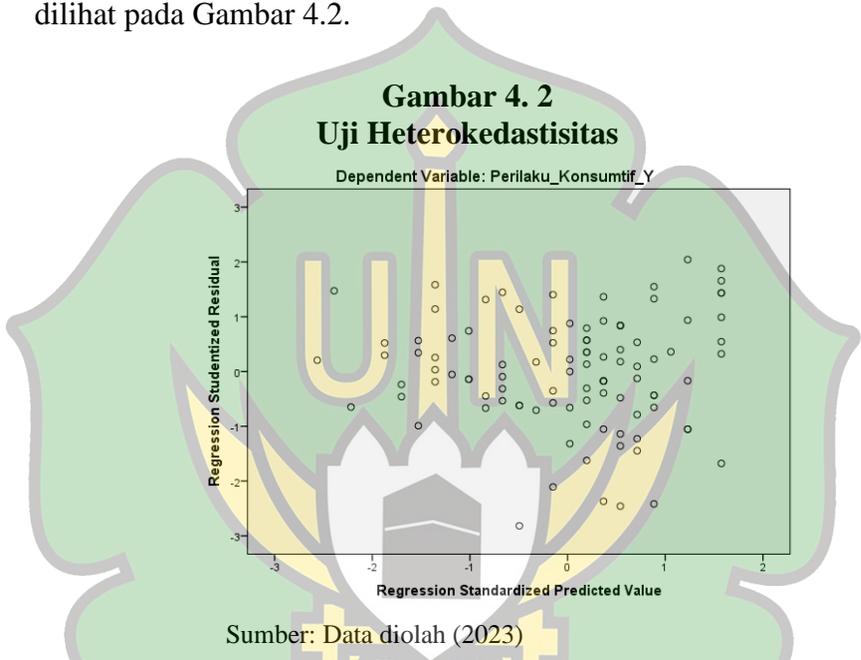
Sumber: Data diolah (2023)

Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi apakah penggunaan uang digital dapat mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

#### **4.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang

diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Hal ini dapat dilihat pada *scatterplot* yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Terlihat pada grafik *scatterplot* di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi sederhana.

#### 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif

pada mahasiswa di Banda Aceh dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.759	2.103		17.952	.000
	Penggunaan_Uang_Digital_X	.394	.079	.448	4.964	.000

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan data yang disajikan pada Tabel 4.11, maka menghasilkan persamaan linear sederhana sebagai berikut:

Persamaan model regresi linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 37.759 + 0,394 X_1$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 37.795 yang artinya apabila penggunaan uang elektronik tetap atau konstan, maka perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh sebesar 37,759.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear sederhana koefisien penggunaan uang elektronik (X) bernilai positif sebesar 0,394 yang artinya

menunjukkan setiap kenaikan penggunaan uang elektronik bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh sebesar 0,394.

## 4.6 Hasil Uji Hipotesis

### 4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu penggunaan uang elektronik (X) terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh. kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 1 - 1 = 98$  (n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,660. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima sedangkan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak. Secara parsial maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**

**Uji Parsial**

<b>Model</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b><math>t_{tabel}</math></b>	<b>sig</b>
Constant	17.952		0,000
Penggunaan Uang Elektronik (X)	4.964	1,660	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel penggunaan uang elektronik (X) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,964 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan  $0,000 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  (4,964)  $>$   $t_{tabel}$  (1,660). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan uang elektronik (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh.

#### 4.6.2 Hasil Uji Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.13.

**Tabel 4. 13**  
**Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,448	0,201	0,193	4.580

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel diatas nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,448 Hal ini menunjukkan bahwa 44,8% variabel penggunaan uang elektronik mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif mahasiswa di Banda Aceh. Sedangkan sisanya, yaitu 55,6%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gengsi, lingkungan dan lain sebagainya.

#### 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} (4,964) > t_{tabel} (1,660)$  hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan uang elektronik (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh.

Pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku mahasiswa disebabkan oleh pengeluaran uang belanja yang banyak dan membelanjakan uang untuk barang yang tidak dibutuhkan, nafsu belanja yang sulit untuk dikontrol, perilaku boros dan hedonisme, adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki oleh orang lain sehingga muncul niat untuk meniru dan membelinya.

Maka beberapa hal ini menyebabkan perilaku konsumtif yang disebabkan oleh kemudahan yang diberikan oleh uang elektronik. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengonsumsiannya suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan. Pergeseran makna dalam pengonsumsiannya suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik.

Hal tersebut diperkuat oleh teori dan penelitian yang relevan mengenai uang elektronik dan perilaku konsumtif. Menurut

Jati (2015), kehadiran uang elektronik menjadi salah satu cara mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sentuhan teknologi dalam konsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam memaknai konsumsi. Konsumsi tidak hanya menggunakan fungsi utilitasnya untuk dihabiskan, namun juga fungsi identitas yang perlu dipenuhi.

Blackwell *et.al* (2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah stimuli lain/faktor lingkungan yang di dalamnya terdapat teknologi dan mempengaruhi perilaku konsumen dengan semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi, kebutuhan dan keinginan konsumen pun meningkat, baik secara kualitas dan kuantitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2019) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa yang mana semakin tinggi penggunaan uang elektronik maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa. Penelitian Noto (2019) yang menghasilkan adanya pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen. Penelitian Dewi, Herwati dan Adiputra (2021) yang menghasilkan adanya pengaruh kemudahan mobile banking yang memiliki karakteristik serupa dengan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan penelitian Yuliana dan Alifahg (2021) yang menghasilkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi

dan perkembangan teknologi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

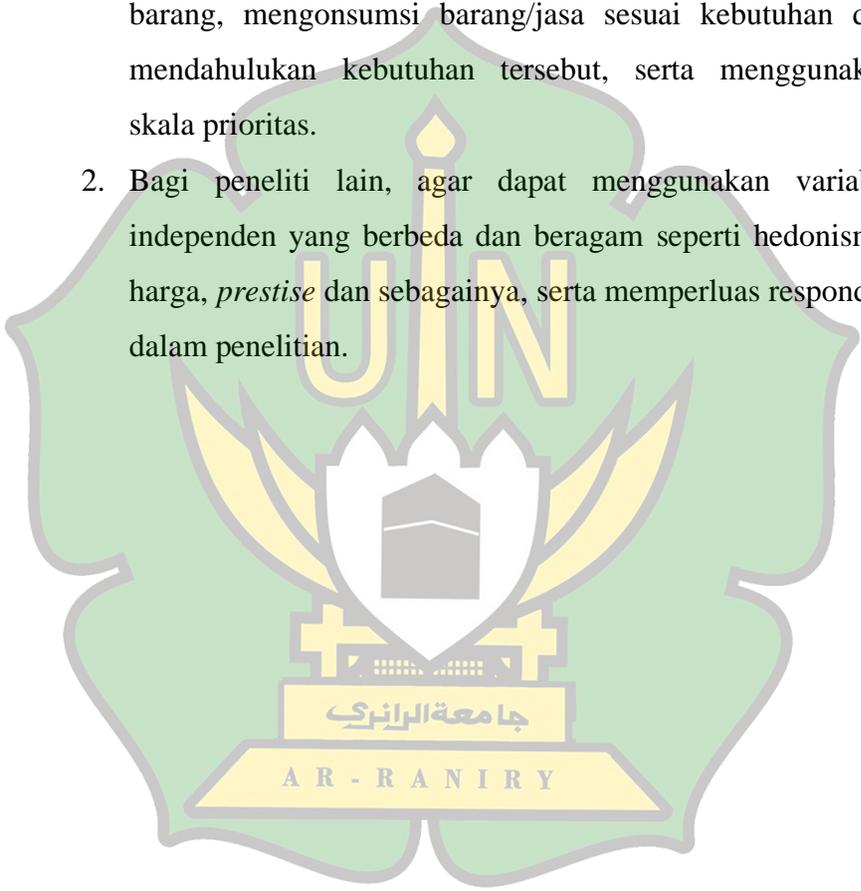
#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Banda Aceh atau dengan kata lain penggunaan uang elektronik mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 44,8% sedangkan sisanya, yaitu 55,6% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gengsi, lingkungan dan lain sebagainya. Adapun perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah pengeluaran uang belanja yang banyak dan membelanjakan uang untuk barang yang tidak dibutuhkan, nafsu belanja yang sulit untuk dikontrol, perilaku boros dan hedonisme, adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki oleh orang lain sehingga muncul niat untuk meniru dan membelinya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil, pembahasan, kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan dan dipaparkan di atas, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan guna menyempurnakan penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi pengguna uang elektronik khususnya pada mahasiswa di Banda Aceh agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai kebutuhan dan mendahulukan kebutuhan tersebut, serta menggunakan skala prioritas.
2. Bagi peneliti lain, agar dapat menggunakan variabel independen yang berbeda dan beragam seperti hedonisme, harga, *prestise* dan sebagainya, serta memperluas responden dalam penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arista, A. (2019). *Identifikasi Key “Driver” Constructs Penerimaan Pengguna dan Penggunaan Sistem Penilaian Prestasi Kerja PNS Kabupaten Bantul Tahun 2018 Pada Guru SMP Negeri di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul Menggunakan UTAUT2*. Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
- Badan Pusat Statistik Banda Aceh (2021). *Kota Banda Aceh Dalam Angka*. Banda Aceh: BPS Kota Banda Aceh.
- Badri, M. 2020. Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8(1): 120-127.
- Bank Basel Settlement. (1996). *Implications for Central Banks of The Deelopment of Electronic Money*. BISCPS.
- Bank Indonesia, Surat edaran No.18/22/DKSP. *Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital*, 2016.
- Bank Indonesia. (2018). *Teknologi Fintech*. Dipetik Maret 3, 2022, dari <http://www.bi.go.id/sistempembayaran/fintech/contents/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). *Apa itu Uang Elektronik*. Dipetik Mei 26, 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia No. 8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober Tentang Transportasi Kondisi Keuangan Bank Pengkrditan Rakyat*.

- Budiadji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Daliyah, Rofiqah (2020). *Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money ada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya :Jurnal Pendidikan*
- Dana. (2020, Februari 13). *Transaksi Nontunai Pakai DANA Makin Inklusif Berkat QRIS*. Dipetik Februari 15, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/transaksi-nontunai-pakai-dana-makin-inklusif-berkat-qris>
- Dana. (2020, Februari 17). *Fukung Penyebaran Virus Corona COVID-19, Dana Jamin Keandalan dan Keamanan Transaksi Digital*. Dipetik Februari 15, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/dukung-pencegahan-penyebaran-virus-corona-covid-19-dana-jamin-keandalan-dan-keamanan-transaksi-digital>
- Dana. (2022, Februari 23). *Bikin dan Atur Promo Bisnis Sendiri, Gampang di Merchant Portal*. Dipetik Februari 16, 2022, dari <https://www.dana.id/blog/bikin-atur-promo-bisnis-sendiri-gampang-di-merchant-portal>
- Dana. *Gabung Dengan DANA Untuk Segala Kemudahan Transaksi Bisnis*. Dipetik Februari 17, 2022, dari <https://www.dana.id/business>
- Dana. *Help Center*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/help-center>
- Dana. *Promo*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/promo>
- Dana. *Semua Bisa di DANA*. Dipetik Februari 17, 2022 dari <https://www.dana.id/product>
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI

- Darmawan, Didit. (2012), Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektifitas Iklan, *Jurnal Media Mahardika* Vol. 2 No. 3 Hal 41-49.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, 19-339.
- Dewi, Herawati dan Adiputra, (2021). *Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri : EKUITAS*
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti W. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. JPE. 9(2): 143-155*
- Duranova, L., & Ohly, S. (2016). *Persistent Work-Related Technology Use, Recovery and Will Being Processes Focus on Supplemental Work After Hours*. Heidelberg: Heidelberg University.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ermawati, N. & Delima, Z.N M.R (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2).
- Fadrizha Nanda, T. S., & Warsono, S. (2014). Analisis Resistensi Pengguna Dalam Implementasi Sistem Informasi. *Accounting and Business Information Systems Journal*, 5.

- Fajrina. (2018) *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Complaint (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. Tesis. Universitas Brawijaya.
- Firmansyah, M.Anang. 2020. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Review of Predicting and Changing Behavior : The Reasoned Action Approach. *The Journal of Social Psychology*.
- Fitriyani (2016). *Hubungan Aantara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*. Jurnal Psikologi Undip , Vol.12, No.1, Hal 55-68.
- Fromn, E. (2008). *The Sane Society*. British: Library Cataloguing in Publication Data.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gopay. *Apa itu Gopay*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/>
- Gopay. *Gopay Uang Elektronik/Dompot Digital Terbaik di Indonesia*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.gojek.com/gopay/>
- Handayani, T., & Sudiana. (2007). Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi. *Jurnal Angkasa*.
- Hidayah, R. W. (2015). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri Di Surakarta. *Naskah Publikasi*. 151, 10–17.

Hidayati., 2016, *Operasional E-Money*, Jakarta: BI.

Indrawati, S. M. 2020, *Pemerintah Waspada Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Insana, Dwi Rorin. (2021), *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik erhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprastta PGRI : Journal of Applied Bussines and Economy*

Ispriandi, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Jurnal Polban*.

Jessica, S. P. (2018). Evaluasi Implementasi Binusmaya Menggunakan Model UTAUT2&TRUST. 15-19.

Khairunnisak. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Musim Dalam Membeli Produk Melalui Fasilitas Digital Market Place*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Kim, H., & Kankanhalli, A. (2009). Investigating User Resistance to Information Systems Implementation: A Status Quo Bias Perspective.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi sebelas jilid 1*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip dan Armstrong. 2000. *Manajemen Pemasaran Indonesia: Analisis, Perencanaan, dan pengendalian*. Salemba Empat. Yogyakarta.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Laudon., Traver. (2017). *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson
- Lin, J. C.-C., & Hsu, C.-L. (2008). *Acceptance of Blog Usage : The Roles of Technology Acceptance, Social Influence and Knowledge Sharing Motivation*. Information and Management, 66-72.
- Lina & Rasyid, H.F. 1997. *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putra*. Psikologika. 04. 5-13.
- LinkAja. *Tentang LinkAja*. Dipetik Februari 24, 2022 dari <https://www.linkaja.id/tentang>
- Mangkunegara, A.P. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Martono, Nanang (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Miniard, Paul W, 2001, *Perilaku Konsumen*, Binarapa Aksara, Jakarta Barat.
- Moore, G., & Benbasat, I. (1991). Development of An Instrument to Measure the Perception of Adoptin an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 192-222.
- Mukti, Muhammad Sugih. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Uang Elektronik*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta..
- Noto, A. P., Anniza, A., & Serenata, S. D. T. (2019). *Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*

*Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret. Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif 56 Mahasiswa Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret, 0– 4.*  
<https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/e73v5.html>

OCBC NISP (2021), *Apa itu fintech : pengertian, manfaat, jenis dan dasar hukumnya*, Dipetik 26 Mei 2022 dari <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/12/fintech-adalah>

Olson. Jerry C. dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. 2. Jakarta : Salemba Empat Edisi Sembilan. Buku.

Otoritas Jasa Keuangan (2019), *Perizinan Secara Elektronik di Sektor Jasa Keuangan*, POJK Nomor 26/POJK.01/2019.

OVO, *About Us*. Dipetik Februari 23, 2022 dari <https://www.ovo.id/about>

Peraturan Bank Indonesia 16/8/PBI/2014. *Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*.

Ramdani, Laila (2018). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa ; Jurnal Ekonomi dan Studi Pengembangan*

Rivai, V. H., Permata, V. A., & Idroes, F. N. (2001). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.

- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198.
- Swastha, B & Handoko. H. 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan. (2001). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Venkatesh, V., G. Morris, M., B. Davis, G., & Fred, D. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View*.
- Venkatesh, V., Y.L, J., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*.
- Wulandari, Indah Retno (2020). *Analisis Perilaku Menggunakan E-Money Dengan Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) : Universitas Islam Indonesia*
- Yuliana, Ike Nia dan Azib. (2021). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung*. Bandung : Jurnal Prosiding Manajemen
- Yusanto, M. I. (2009). *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. Bandung: Al-Azhar Press.

Yusuf, A. A. (2019). *Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Berdasarkan Sistem Syariah*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati.



## Lampiran 1

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Provinsi Aceh)**

Kepada Yth,  
Responden

Saya Muhammad Iqbal, mahasiswa tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Provinsi Aceh)”**. Adapun kuesioner ini diadopsi dari penelitian Mukti (2019) Sumartono (2002), Fromn (2008) dan Lina & Rasyid (1997), dengan sedikit perubahan dan penyesuaian penelitian. Mohon kiranya saudara/i mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,  
Muhammad Iqbal

## A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia :  17 Tahun – 19 Tahun

20 Tahun – 22 Tahun

22 Tahun – 24 Tahun

> 25 Tahun

Universitas :  Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Univeristas Syiah Kuala

Universitas Bina Bangsa Getsmpena

STMIK Indonesia Banda Aceh

STISIP Al Washliyah Banda Aceh

AKAFARMA Banda Aceh

Lainnya

Jurusan :  Ekonomi

Hukum

Teknik

Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Lainnya

Aplikasi Yang Digunakan:  Gopay  
 OVO  
 Dana  
 Linkaja  
 Lainnya

Jumlah Aplikasi Digunakan  1 Aplikasi  
 2 Aplikasi  
 > 3 Aplikasi

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Ragu-ragu (R) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

### C. DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. Penggunaan Uang Elektornik (X)

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Pemahaman Arti Dan Fungsi Uang Elektronik</b>						
1.	Saya mengerti tentang uang elektronik secara umum					
2.	Saya memahami tentang fungsi dari uang elektornik					
3.	Saya mengerti tujuan penggunaan uang elektornik					
<b>Mencari Informasi Mengenai Uang Elektronik</b>						
4.	Saya mencari informasi tentang uang elektronik di koran dan majalah					
5.	Saya mencari informasi mengenai uang elektornik dari media elektronik					
6.	Saya mendapatkan informasi dari teman dan lingkungan masyarakat					

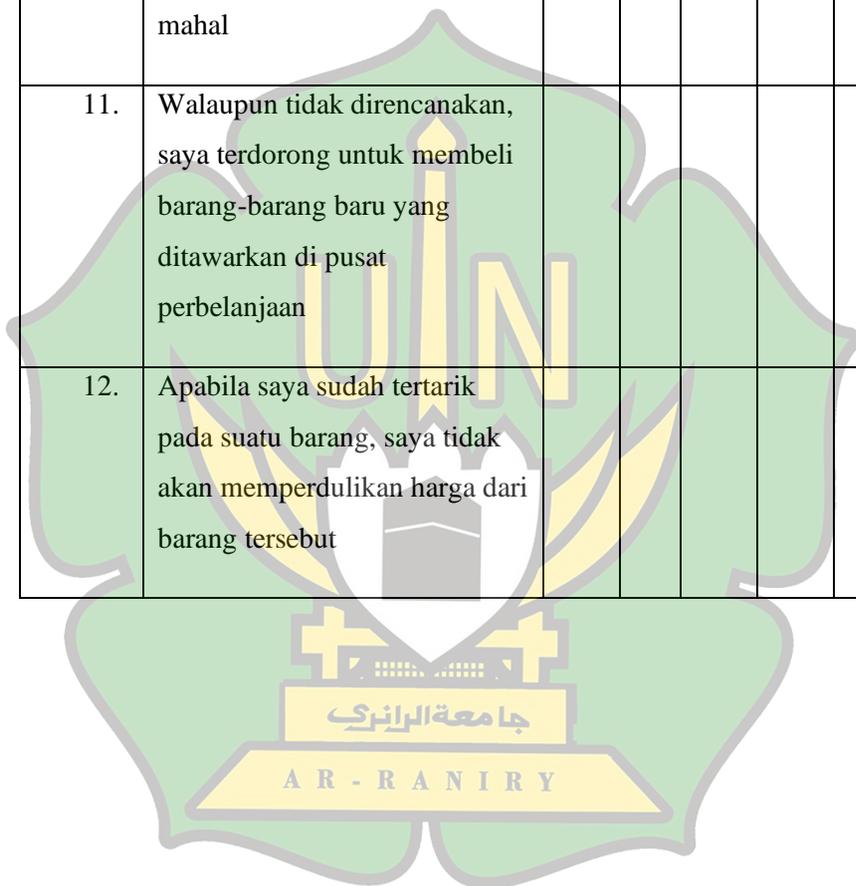
Mengetahui Penyebab Dalam Ketertarikan Menggunakan Uang Elektronik						
7.	Saya menggunakan uang elektronik karena manfaat yang diberikan					
8.	Saya menggunakan uang elektronik karena kemudahan yang ditawarkannya					
9.	Saya menggunakan uang elektronik karena lebih efisien					

2. Perilaku Konsumtif (Y)

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Pembelian Impulsif</b>						
1.	Saya membeli barang tanpa mempertimbangkan fungsi					
2.	Saya membeli barang tanpa melihat kegunaannya					
3.	Saya memiliki barang yang mempunyai kegunaan dan fungsi yang sama lebih dari					

	satu					
4.	Dalam membeli barang, saya tidak mempertimbangkan keawetan penggunaan dari barang tersebut					
<b>Pemenuhan keinginan</b>						
5.	Saya membeli barang untuk memuaskan atau memenuhi keinginan saya					
6.	Saya membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih bisa digunakan					
7.	Dengan semakin banyaknya barang keluaran terbaru, saya akan merasa bosan pada barang-barang yang telah saya miliki sebelumnya					
8.	Munculnya produk terbaru akan mendorong saya untuk memilikinya					
<b>Pembelian yang didasarkan mencari kesenangan</b>						
9.	Saya merasa senang membeli produk untuk menambah					

	koleksi pribadi saya					
10.	saya merasa senang apabila dapat membeli barang yang <i>trendy</i> walaupun harganya mahal					
11.	Walaupun tidak direncanakan, saya terdorong untuk membeli barang-barang baru yang ditawarkan di pusat perbelanjaan					
12.	Apabila saya sudah tertarik pada suatu barang, saya tidak akan memperdulikan harga dari barang tersebut					



## Lampiran 2

### Tabulasi Data

#### 1. Variabel Penggunaan Uang Elektronik

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
3	5	5	5	5	3	3	3	5	3	37
4	5	5	2	2	2	4	4	2	2	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	4	4	5	5	3	4	4	5	3	37
7	5	5	5	5	3	3	4	5	3	38
8	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
9	2	4	4	4	2	4	2	4	2	28
10	1	3	1	1	2	2	2	1	2	15
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
12	2	3	3	3	2	5	3	3	2	26
13	3	4	3	3	3	5	2	3	3	29
14	4	4	3	3	4	3	5	3	4	33
15	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
16	3	2	2	2	4	3	2	2	4	24
17	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
18	2	4	3	3	3	4	3	3	3	28
19	5	5	5	5	4	4	4	3	4	39
20	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
21	3	2	2	3	2	3	3	2	2	22
22	4	4	3	3	3	3	2	3	3	28
23	3	3	4	3	2	2	2	4	2	25
24	4	4	4	4	3	5	4	4	3	35
25	4	4	4	4	3	5	4	4	3	35
26	3	5	5	3	4	3	3	5	4	35
27	3	2	3	4	3	3	4	3	3	28
28	1	2	3	2	2	3	2	3	2	20
29	4	2	3	3	1	3	2	3	1	22
30	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36
31	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
32	3	4	2	2	4	4	2	2	4	27
33	5	3	4	3	3	4	3	4	3	32
34	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
35	4	4	3	3	4	3	3	3	4	31
36	3	3	2	2	3	4	2	2	3	24

37	5	5	3	5	3	5	3	3	3	35
38	2	1	2	3	3	2	3	2	3	21
39	2	3	2	3	2	2	2	2	2	20
40	3	4	3	4	4	4	3	3	4	32
41	4	3	3	2	4	3	1	3	4	27
42	5	4	3	4	4	4	3	3	4	34
43	2	2	2	3	3	2	2	2	3	21
44	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
45	2	4	2	3	1	4	3	2	1	22
46	2	3	2	3	2	2	2	2	2	20
47	4	3	4	4	5	4	3	4	5	36
48	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
49	3	4	3	3	4	4	3	3	4	31
50	4	4	3	4	4	4	5	3	4	35
51	2	2	2	2	4	2	2	2	4	22
52	1	4	3	2	1	1	1	3	1	17
53	4	5	5	4	5	4	5	5	5	42
54	4	5	5	4	3	4	4	4	3	36
55	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
56	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
57	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
58	5	5	5	4	3	4	4	5	3	38
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40
61	4	4	4	5	4	2	4	4	4	35
62	5	5	4	5	4	4	3	4	4	38
63	4	5	5	5	4	4	4	5	4	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
65	4	4	4	3	4	4	4	5	4	36
66	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
68	2	2	2	2	2	2	1	2	2	17
69	5	5	5	5	5	4	4	1	1	35
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
71	4	4	5	5	5	3	5	5	5	41
72	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
73	4	1	3	2	4	5	5	4	4	32
74	3	3	3	3	2	2	3	3	2	24
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
79	5	1	1	5	4	5	4	4	4	33



18	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
19	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
20	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	43
21	2	2	2	2	3	3	5	4	4	4	4	5	40
22	2	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	45
23	2	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	45
24	2	3	3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	44
25	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	49
26	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	51
27	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	5	34
28	3	3	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	46
29	1	2	2	3	4	4	5	4	4	4	5	5	43
30	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	51
31	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	49
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
33	3	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	2	44
34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	45
35	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	52
36	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	44
37	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	51
38	2	3	3	2	4	4	5	4	5	5	5	4	46
39	2	3	3	2	4	4	5	4	5	5	4	4	45
40	2	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	50
41	2	3	3	2	3	3	5	5	4	5	5	5	45
42	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	46
43	3	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	47
44	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	5	4	47
45	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	42
46	2	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	46
47	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	53
48	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	52
49	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	48
50	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	50
51	1	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	5	45
52	1	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4	49
53	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	55
54	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	51
55	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	52
56	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	1	52
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	49
58	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	3	44
59	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	48
60	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	51

61	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	5	50
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	48
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	57
64	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	56
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
66	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
67	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
68	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	1	4	40
69	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	54
70	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	53
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	50
72	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	56
73	4	4	4	4	2	2	2	4	5	4	4	5	5	47
74	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	2	52
75	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	2	54
76	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	58
77	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	55
78	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
79	5	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	46
80	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	44
81	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	46
82	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	46
83	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	48
84	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	46
85	5	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	1	44
86	4	5	5	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	44
87	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	2	47
88	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	2	38
89	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2	2	42
90	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	48
91	4	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	3	2	44
92	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	48
93	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	38
94	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	44
95	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	3	2	47
96	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	2	2	4	38
97	3	5	5	5	5	5	5	4	3	2	2	2	2	43
98	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	41
99	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	43
100	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5	39











Y.	Pearson	-	-	-	-	-	-	.17	.20	.24	.27	.21	1	.56
12	n	.23	.26	.26	.18	.24	.25	0	4	4	1**	3		4
	Correlation	.1*	.0**	.06**	.09	.12*	.12*							
	Sig. (2-tailed)	.021	.009	.007	.060	.015	.011	.090	.041	.014	.006	.033		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson	.38	.58	.56	.49	.54	.53	.42	.52	.50	.52	.54	.56	1
	n	.0**	.4**	.1**	.9**	.4**	.9**	.1**	.4**	.1**	.4**	.6**	.4	
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Variabel Penggunaan Uang Elektronik (X)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	9

## b. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

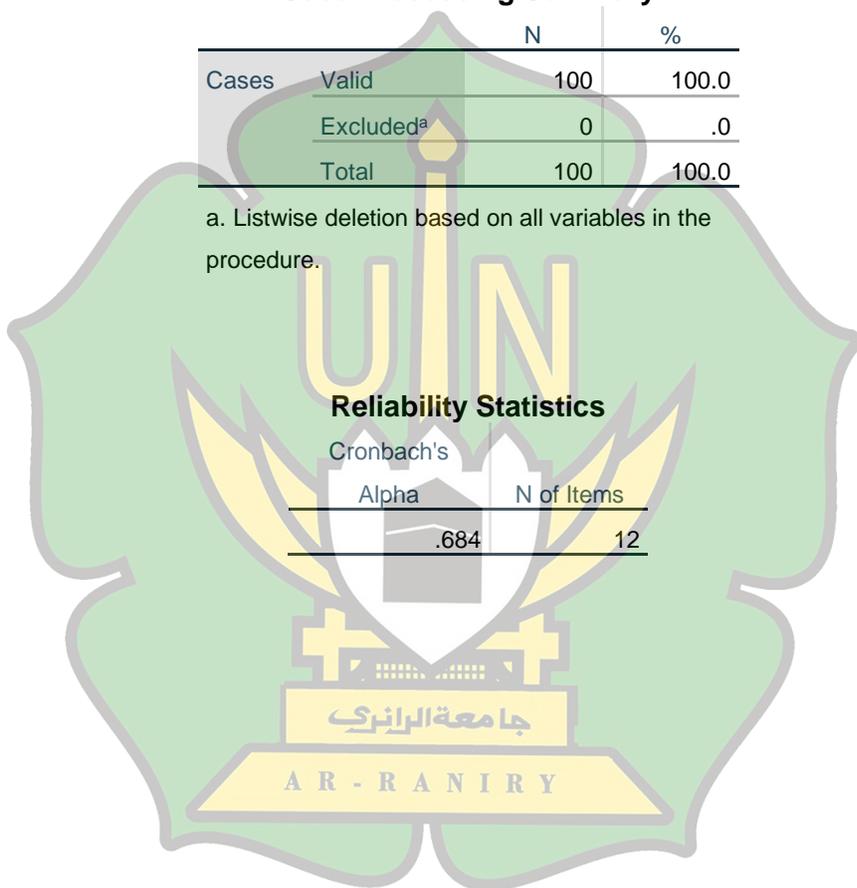
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

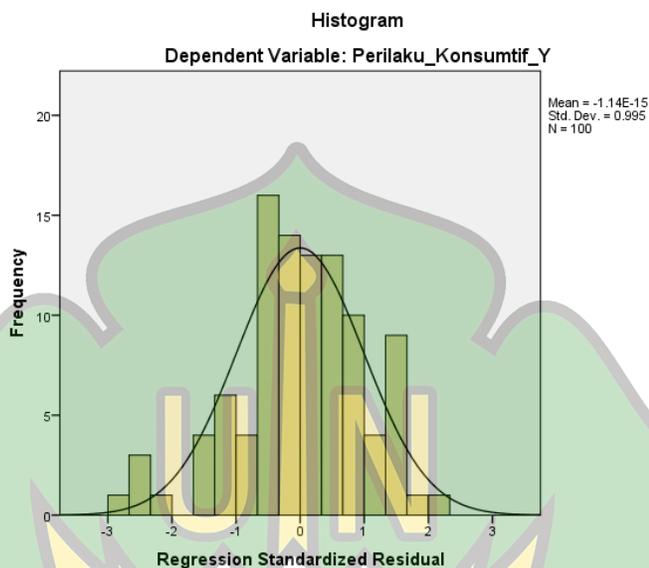
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

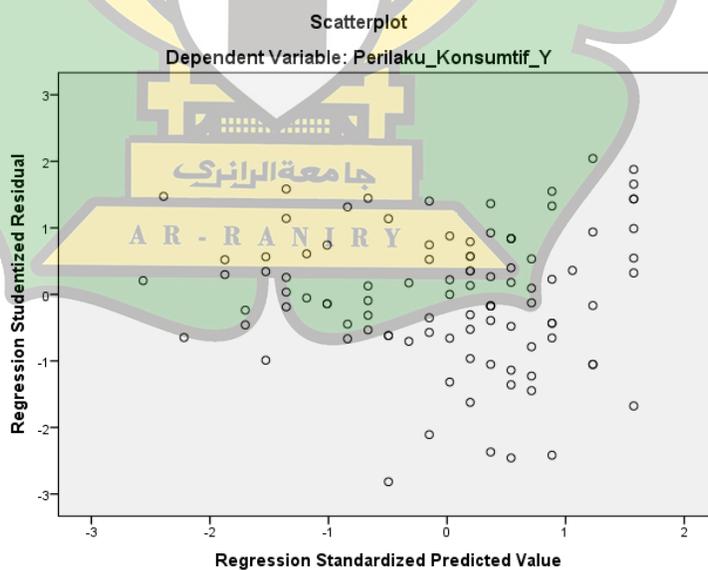
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.684	12



### 3. Uji Normalitas



### 4. Uji Heterokedastisitas



## 5. Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.759	2.103		17.952	.000
	Penggunaan_Uang_Digital_X	.394	.079	.448	4.964	.000

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif\_Y

## 6. Uji Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 <sup>a</sup>	.201	.193	4.580

a. Predictors: (Constant), Penggunaan\_Uang\_Digital\_X

b. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif\_Y

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y