

PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Tuhriyati, Taufik Akhmad, Komarudin
STAI KH. Abdul Kabier
Email Address: ria.tuhriyati24@gmail.com

Abstract

This study is motivated by the rapid development of technology, including the widespread use of digital wallets such as ShopeePay, which was reported by Momentum Works as the most widely used digital wallet in 2021. The purpose of this study is to examine the influence of digital wallet usage on the consumptive behavior of students at STAI KH Abdul Kabier. The research employed a quantitative correlational method, with a population of 236 students from the 2020–2023 cohorts and a sample of 71 students selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using instrument tests, assumption tests, and hypothesis testing with the assistance of SPSS 25. The results show that digital wallet usage influences students' consumptive behavior by 47.6% (moderate influence), while the remaining 52.4% is affected by other factors not examined in this study.

Keywords: *Digital Wallet, Consumptive Behavior, Students.*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi, termasuk penggunaan dompet digital seperti ShopeePay yang menurut laporan Momentum Works menjadi dompet digital paling banyak digunakan pada tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STAI KH Abdul Kabier. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan populasi mahasiswa angkatan 2020–2023 sejumlah 236 orang dan sampel sebanyak 71 orang, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji instrumen, uji prasyarat analisis, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh sebesar 47,6% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (kategori pengaruh sedang), sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Dompet Digital, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.¹ Sistem pembayaran khususnya dalam transaksi jual-beli mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kemajuan teknologi tersebut bisa saja menggeser fungsi uang tunai yang dari dulu dipakai oleh masyarakat sebagai alat pembayaran pada umumnya menjadi uang non tunai yang dirasa lebih efektif dan efisien.

Dompet digital atau disebut juga *E-Wallet* (*Electronic Wallet*) adalah alat untuk melakukan pembayaran secara digital yang didalamnya bisa disimpan beberapa informasi baik pribadi maupun yang lainnya dalam bermacam-macam bentuk. Pada era digital saat ini perkembangan teknologi berkembang pesat dalam membantu atau mempermudah kehidupan masyarakat. Masyarakat membuat berbagai alat yang canggih untuk mempermudah kegiatan sehari-hari mereka. Tidak terkecuali dalam sistem pembayaran.

¹ Wawan Setiawan, "Era Digital dan Tantangannya", *Universitas Pendidikan Indonesia, Seminar Nasional Pendidikan*, 2017, "h.2.

Dari pembayaran menggunakan dompet digital yang telah terjadi, tentu saja membuat perubahan gaya hidup masyarakat, karena semakin dipermudah dengan adanya sistem pembayaran digital. Masyarakat sekarang cenderung berperilaku konsumtif dan lebih memilih segala sesuatu yang lebih efektif dan efisien untuk membantu kegiatan sehari-harinya. Setiap manusia melakukan pembelanjaan, baik remaja, dewasa hingga orang tua. Pembelanjaan dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya maupun sekedar memuaskan keinginannya yang tidak terbatas. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tidak terbatas, seseorang dapat menimbulkan sikap atau perilaku konsumtif, sikap konsumtif yaitu mengeluarkan uang yang banyak demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang banyak pula. Perilaku konsumtif biasanya tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan yang ada pada diri seseorang.

Menurut Setiaji dalam jurnal Uwatun Hasanah menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-harang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.² Perilaku konsumtif yang nantinya akan membuat pengeluaran yang tidak diinginkan menjadi tidak terkendali. Bagi mahasiswa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang merugikan bagi keuangan mereka, terlebih kebanyakan dari mereka belum bekerja. Mahasiswa harus bisa mengelola uang sakunya dengan baik. karena bisa saja kebutuhan tidak terpenuhi karena keinginan mereka untuk membeli sesuatu, Perilaku konsumtif yang dimaksud yakni adalah pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.³ Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Dompet Digital

Berdasarkan peraturan BI nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi memaparkan bahwasanya, dompet digital adalah suatu alat elektronik yang dapat menyimpan berbagai instrumen data transaksi seperti alat transaksi dengan ATM atau *E-Money* yang bisa menyimpan uang untuk bertransaksi.⁴

Menurut Suyanto, Dompet Digital merupakan teknologi yang memfasilitasi seseorang dalam penyimpanan, pengelolaan, serta penggunaan dana secara digital lewat smartphone, tablet maupun komputer. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Dompet Digital menawarkan banyak manfaat dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern, sehingga memperluas kemungkinan dalam cara individu mengelola dan menggunakan dana mereka. "Dompet elektronik merupakan aplikasi perangkat lunak atau platform yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman". Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Dompet Digital menjadi solusi praktis dalam era digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman melalui aplikasi perangkat lunak atau platform online.⁵

² Uswatun Hasanah, "Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri", *PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, 2007, h.11.

³ Dola Asmita, Erianjoni, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini", *Jurnal Perspektif*, Padang: Universitas Negeri Padang, Vol. 2, No. 2, 2019, h. 92.

⁴ Bank Indonesia, Peraturan BI nomor 18/40/PBI/2016 tahun 2016 tentang *penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran pasal 1 ayat (7)*

⁵ Suyanto, "mengenal dompet digital di indonesia", 1 ed. (serang: Cv AA Rizky, 2023). h.1-2

E-wallet merupakan salah satu dari jenis perkembangan financial technology yang bermanfaat untuk membantu aktivitas keuangan dan juga sebagai fasilitas atau penunjang kehidupan masyarakat dalam bertransaksi. Fitur-fitur yang terdapat dalam platform *e-wallet* dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pemakai platform *e-wallet* dalam bertransaksi secara aman, efektif dan efisien dan sebagai alat pembayaran yang resmi dan sudah diakui oleh Bank Indonesia.⁶

Di Indonesia, penggunaan dompet digital semakin populer belakangan ini. Masyarakat cenderung memilih dompet digital karena kemudahannya dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Dengan fitur-fitur seperti pembayaran *Online /Offline*, pengiriman uang dan pembayaran tagihan, dompet digital menjadi pilihan yang efisien. Menurut Suyanto Apabila dibandingkan antara penggunaan uang cash maupun alat pembayaran non tunai lainnya, maka *e-wallet* memiliki beberapa keuntungan diantaranya: (1) Efisien dan Praktis. Didukung dengan semakin banyaknya pengguna *smartphone* di masyarakat menjadikan semua proses transaksi dapat dilakukan dengan praktis dan efisien. (2) Aman. Berbagai macam fitur keamanan yang dinilai jauh lebih aman jika dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya karena terhindar dari kemungkinan adanya pencurian. Berbagai fitur keamanan disediakan oleh penyedia aplikasi dompet digital, contohnya QR Code, NFC (*Near Field Communication*) dan OTP (*One Time Password*). (3) Layanan tersebar secara luas. Banyak fitur layanan yang dapat diakses menggunakan dompet digital, pengguna hanya menggunakan *smartphone* untuk melakukan berbagai macam transaksi. Berbagai macam layanan yang dapat diakses menggunakan dompet digital antara lain belanja online, pembelian tiket bioskop, pemesanan makanan, transportasi baik motor maupun mobil, pembayaran listrik, air, BPJS dan masih banyak lainnya. (4) Layanan Top Up tersedia dengan berbagai cara. Selain menggunakan ATM maupun *mobile banking*, pengguna dompet digital juga dapat mengisinya di berbagai gerai offline seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart dan masih banyak lainnya. Selain itu penggunaannya juga dapat berbagi saldo dengan pengguna lainnya, tinggal scan barcode saldo langsung akan terisi. (5) Promosi dan Diskon. Berbagai promo dan diskon ditawarkan oleh dompet digital yang tentunya memberikan keuntungan bagi penggunaannya. Banyak toko – toko yang menawarkan potongan harga bila konsumennya bertransaksi menggunakan layanan dompet digital. Contoh promosi yang banyak menarik minat konsumen adalah *cashback* dan *Buy 1 Get 1*. (6) Terdapat Histori Transaksi. Hampir semua layanan dompet digital menampilkan histori transaksi pengguna di aplikasinya. Hal ini tentunya memudahkan pengguna dalam memperhitungkan kondisi keuangannya.⁷

Penggunaan dompet digital dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Davis dalam Indrawati dkk. Mengembangkan TAM, digunakan untuk mengukur mengapa sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*beliefs*) konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi dan membaginya menjadi dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived easy of use* (kemudahan). (1) Mudah dipelajari. Pemahaman dompet digital dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Dengan demikian, dompet digital sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya. (2) Fleksibel. Fleksibel dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. Dompet digital dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, *fast food*, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Disamping itu pengisian uang saldo dompet digital dapat mudah dilakukan melalui bank, ATM, *mobile banking* ataupun pada minimarket tertentu. Dengan demikian, pengguna dompet digital dapat dilakukan

⁶ Claudya dan Ida Nyoman, "Dompot Digital Sebagai Alat Alternatif Pembayaran Non-Tunai Pada Umkm Di Desa Padang sambian," *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol 5*, no. 1, 2023 h. 27-33.

⁷ Suyanto, "Mengenal Dompot Digital di Indonesia", 1 ed. (serang: CV AA Rizky, 2023).h. 6-7.

dimanapun dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunaannya.(3) Mudah digunakan Dompet digital merupakan alternatif instrument pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan dompet digital, maka hanya memastikan dompet digital tersebut memiliki saldo yang cukup.

Perilaku Konsumtif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku merupakan suatu tanggapan atau reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungan.⁸ Dengan kata lain, perilaku adalah cara seseorang berperilaku dalam situasi tertentu atau di bawah situasi tertentu. Sedangkan konsumtif bermakna memakai atau hanya mengkonsumsi, tidak menghasilkan sendiri. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup.

Perilaku konsumtif merupakan aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, menggunakannya dan tidak memakainya lagi sebagai hasil dari pengaruh factor-faktor pribadi dan lingkungan serta kegiatan pemasaran.⁹

Sumartono berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.¹⁰

Faktor Pendorong Perilaku Konsumtif

Adapun faktor-faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

1. Faktor Internal

- a. Motivasi kebutuhan yang dialami oleh seseorang akan menimbulkan suatu motivasi. Kebutuhan meningkatkan keinginan seseorang untuk bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Inilah yang disebut motivasi. Motivasi ialah kekuatan pendorong yang muncul dari diri seseorang yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam pembelian dan penggunaan barang dan jasa.
- b. Persepsi
Persepsi muncul karena seseorang menerima input dalam bentuk stimulus-stimulus berupa informasi yang selanjutnya informasi tersebut akan diolah dan membentuk suatu persepsi. Karena hal ini keputusan yang diambil oleh seseorang dalam pembelian dan penggunaan barang atau jasa akan terpengaruh oleh persepsi.
- c. Sikap dan Kepercayaan
Sikap adalah faktor penting yang akan memberikan pengaruh terhadap putusan seseorang dalam pembelian dan penggunaan barang atau jasa. Prinsip sikap erat hubungannya dengan prinsip kepercayaan. Sikap ialah pernyataan yang dirasakan

⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perilaku> (diakses pada Selasa 10 Juli 2024).

⁹ Sutisna dan MarCellia, "Perilaku konsumen sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran", 1 ed. (yogyakarta: ANDI, 2022).h. 5

¹⁰ Sufrihana Rombe, "Hubungan Body Image Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di SMA Negeri 5", *Jurnal Psikoborneo*, Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Vol. 1, No. 4, Tahun 2013, h. 231.

oleh seseorang terhadap objek tertentu dan sikap bisa menggambarkan kepercayaan seseorang terhadap barang atau jasa yang digunakan.

Usia Rentang usia juga ikut andil dalam keputusan yang diambil seseorang. Rentang usia 10-21 tahun atau biasa disebut remaja, lebih mudah terbuju rayuan iklan sehingga kecenderungan dalam berperilaku konsumtif lebih besar.

Pekerjaan pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya, kebutuhan yang harus dipenuhi juga berbeda. Sehingga perilaku konsumtif yang ditimbulkan akan berbeda tergantung dari pekerjaannya.

2. Faktor Eksternal

a. Budaya

Manusia dan budaya memiliki hubungan sebagai pelaku dan objek. Dimana manusia sebagai pelakunya dan budaya sebagai objek yang dilakukan oleh manusia. Budaya adalah seperangkat nilai, pikiran, simbol yang berpengaruh terhadap perilaku dan kebiasaan seorang individu.

b. Kelas Sosial

Jika kelas sosial dihubungkan dengan perilaku seseorang dalam mengonsumsi suatu hal, hal itu terlihat jelas dari kebiasaan hidupnya, memilih toko tempat berbelanja, pendidikan, tempat hiburan, jenis barang ataupun jasa yang digunakan seorang individu. Keluarga Keluarga merupakan lingkup kecil yang paling dekat dan sebagian besar tiap individu akan berinteraksi dengan anggota keluarga lainnya. Secara tidak langsung anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa. Kelompok Acuan/ *Reference Group* Kelompok acuan atau *reference group* digunakan oleh seseorang sebagai suatu referensi atau perbandingan dalam membentuk respons efektif, kognitif dan perilaku. Perilaku seseorang akan terpengaruh oleh standar dan nilai yang diberikan oleh kelompok acuan.

c. Teknologi

d. Teknologi telah berkembang pesat dan mudah diakses saat ini, tidak hanya sekedar alat untuk berkomunikasi, ia memiliki beragam manfaat seperti browsing internet, perbankan, berbelanja, dan lain sebagainya. Sehingga memudahkan setiap individu untuk mendapatkan apa yang diinginkan.¹¹

Menurut Erich Fromm dalam jurnal Amaliah Nafli berjudul Hubungan Antar Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Make Up Pada Wanita Karir, Fromm mengemukakan 4 indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif, yaitu:

1. Pemenuhan keinginan (*wants*).

Rasa puas pada manusia tidak pernah habis dan semakin meningkat oleh karena itu manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan hal tersebut.

2. Barang diluar jangkauan

Saat individu menjadi konsumtif maka semakin lama Tindakan mengonsumsi menjadi menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu akan selalu belum puas dan akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

3. Barang tidak produktif

Penggunaan barang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Individu selalu tidak puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dia selalu membeli barang walaupun sebenarnya barang tersebut belum tentu penting untuknya.

4. Status

¹¹ Ujang Sumarwan, "Perilaku Konsumen", (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).h 11-12.

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman "pemuasan angan-angan" untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.¹²

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode korelasional. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan,¹³ Sedangkan korelasional menunjukkan penelitian mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Responden pada penelitian ini berjumlah 71 Orang yaitu seluruh mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam KH.Abdul Kabier angkatan 2020 sampai 2023.

Dalam metode ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria tertentu yang dimaksud adalah mahasiswa STAI KH Abdul Kabier yang menggunakan dompet digital pada angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023. Menurut Sugiyono, penelitian menggunakan rumus Slovin dikarenakan dalam pengambilan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan menggunakan rumus dan perhitungan sederhana¹⁴. Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$= \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e² = Error Level (Tingkat kesalahan)

(catatan : umumnya digunakan 1% atau 0,01,5% atau 0,05% dan 10% atau 0,1% (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner atau angket dengan menggunakan *Skala Likert*. Adapun bentuk penyajian tabel *Skala Likert* yaitu sebagai berikut:

No	Uraian	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3

¹² Sutisna dan MarCellia, "Perilaku konsumen sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran", 1 ed. (yogyakarta: ANDI, 2022).h.7

¹³ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2010).h.115

¹⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2011).h.

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kriteria nilai analisis variabel X dan variabel Y

Interval	Kategori
1,00-1,80	Sangat tidak baik/Sangat tidak setuju
1,81-2,60	Tidak baik/Tidak Setuju
2,61-3,40	Netral/Ragu-ragu
3,41-4,20	Baik/Setuju
4,21-500	Sangat Baik/Sangat setuju

Adapun analisis statistik dengan menggunakan pengujian yaitu sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.
 Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.

Indeks korelasi r *product moment*

Besar "r" <i>Product Moment</i>	Interpretasi
0,00 - 0,20	Sangat Lemah atau Sangat Rendah
0,20 - 0,40	Lemah atau Rendah
0,40 - 0,70	Cukup atau Sedang
0,70 - 0,90	Tinggi
0,90 - 1,00	Sangat Tinggi

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variable X dalam posisi kategori baik/setuju dan variable Y dalam posisi baik/setuju. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan Analisis Statistik Deskriptif.

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Pengguna	71	40	60	51.14	4.627
Y1.1	71	50	56	53.14	1.300
Valid (listwise)	N 71				

Diketahui juga bahwa terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada mahasiswa STAI KH. Abdul Kabier Angkatan 2020,2021,2022 dan 2023. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji T (parsial) yang menunjukkan nilai t_{hitung} Sebesar 47,299 dan t_{tabel} sebesar 1,667 ($47,299 > 1,667$) dan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.993	.300		129.832	.000
	Pengguna	.277	.006	.985	47.299	.000

maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Demikian

halnya dengan koefisien determinasi yang menunjukkan hasil sebesar 47,6%, ini mengartikan bahwa kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif terbilang kecil dan memiliki tingkat korelasi/kekuatan hubungan yang lemah jika dilihat dari nilai korelasi yang dihasilkan hanya sebesar 0,473. Sisanya sebesar 52,4%, dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa STAI KH Abdul Kabier angkatan 2020- 2023), maka didapatkan beberapa kesimpulan yang diperoleh peneliti antara lain:

1. Secara keseluruhan hasil penelitian penggunaan dompet digital mendapatkan rata-rata skor sebesar 51,14 dalam posisi kategori setuju dan sangat setuju. Maka penggunaan dompet digital oleh mahasiswa STAI KH Abdul Kabier dikatakan sangat baik dalam membantu segala aktifitas pembayaran secara online.
2. Secara keseluruhan hasil penelitian perilaku konsumtif mendapatkan rata-rata skor sebesar 53,14 dalam posisi kategori setuju dan sangat setuju. Maka mahasiswa menyatakan bahwa perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan dompet digital yaitu tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, dan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas.
3. Penggunaan dompet digital mempunyai pengaruh sebesar 47,6% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STAI KH Abdul Kabier sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arikunto S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka karya, 2008

Arikunto Suharsimi. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Duwi Priyatno. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI, 2014.

- Ghozali Iman. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011.
- Ghozali, Iman. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2016.
- Hariwijaya M. *Metodologi dan penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi untuk ilmu social dan Humaniora*. Yogyakarta: Parama Ilmu, 2015.
- Hariwijaya M. *Metodologi dan penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi untuk ilmu social dan Humaniora*. Yogyakarta: Parama Ilmu, 2015.
- Sugiono. *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono,. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- — —. *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- — —. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sumarwan, *Perilaku Konsumen*,. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Supranto j. *Statistika Teori Dan Aplikasi*. Ke tujuh. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sutisna dan Susan MarCellia. *Perilaku konsumen sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran*. 1 ed. yogyakarta: ANDI, 2022.
- Suyanto. *Mengenal Dompot Digital Di Indonesia*. 1 ed. serang: CV AA Rizky, 2023.
- Wawan Setiawan,. "Era Digital dan Tantangannya, Universitas Pendidikan Indonesia, Seminar nasional Pendidikan 2017.
- Jurnal**
- Alawiyah. Tuti dan Nofal Liata,. "Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban." *Jurnal Sosiologi Agama Islam*, 1, 2020.
- Asmita Dola dan Erianjoni, "Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini", *Jurnal Perspektif* . 2, 2019.
- Assaad.Sukmawati "Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Perspektif Syari'atIslam'." *Journal of Islamic Economic Law*. 1, 2016.
- Fatmawatie. "E-commerce dan perilaku konsumtif." *Kediri:IAIN kediri Press*, 2022.
- Mujahidin, Ali."Pengaruh Fintech E- Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial." *Jurnal Inovasi Bisnis* . 2, 2020
- nafli, Amaliyah." hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif membeli produk make up pada wanita karir".2019
- Pranurti.Trihanura dkk "Dompot Digital Sebagai Alat Alternatif Pembayaran Non-Tunai Pada Umkm Di Desa Padangsambian." *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* .5, 2023.
- Rahma Yanti. Lili dkk. " Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (E_Wallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam." 3, 2022,
- Rio.Muhammad "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku

Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam",*," jurnal Kajian Perbatasan Antarnegara, Kalimantan Barat: Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, 2, 2019.*

Rombe. Sufrihana. "Hubungan Body Image Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku

Konsumtif Pada Remaja Putri Di SMA Negeri 5',*," jurnal Psikoborneo, Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman 1, 2013.*

Thesis

Hasanah. Uswatun. "Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan

Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri".*" PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007).*

Mukarramah.Habibatul, "Pengaruh Dompot Digital (E-Wallet) Terhadap Minat Beli

Konsumen", *Tesis paskasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta:2023.*

Peraturan

Bank Indonesia, Peraturan BI nomor 18/40/PBI/2016 tahun 2016 tentang penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran pasal 1 ayat (7)

Website

Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perilaku> diakses pada Selasa 10 Juli 2024.