PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* DAN FASILITAS *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH DI IAIN SURAKARTA

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I Pada Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Oleh:

FERA RIAN DIANINGSIH
A210160265

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* DAN FASILITAS *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH DI IAIN SURAKARTA

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

Fera Rian Dianingsih

A210160265

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

Agus Susilo, S.Pd., M.Pd

NIDN. 06-2504-8901

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA ONLINE DAN FASILITAS DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH DI IAIN SURAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Fera Rian Dianingsih

A210160265

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji
pada Hari/Tanggal: 05 November 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Susunan Dewan Penguji

1. Agus Susilo, S.Pd., M.Pd (.....)
   (Ketua Dewan Penguji)
2. Dhany Efita Sari, M. Pd (.....)
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Djalal Fuadi, MM (.....)
   (Anggota II Dewan Penguji)

Surakarta, 05 November 2020
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,

Prof. Dr. Harum Joko Prayitno, M.Hum

NIDN. 0028046501

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang sebelumnya pernah.diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, dan belum pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis berpacu dalam naskah dan dalam daftar pustaka.

Saya bertanggung jawab apabila dikemudian hari naskah saya terbukti telah plagiat hasil orang lain. Dan saya juga akan bersedia menerima sanksi sesuai hukum yang berlaku.

Surakarta, 05 November 2020

Yang membuat pernyataan,

Fera Rian Dianingsih

A210160265

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* DAN FASILITAS *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH DI IAIN SURAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan. (1) adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aplikasi belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (2) adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (3) adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aplikasi belanja *online* dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 mahasiswa program studi akuntansi syariah di IAIN Surakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknis analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa: (1) penggunaan aplikasi belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (2) penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (3) penggunaan aplikasi belanja *online* dan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pada hasil uji regresi linier berganda didapat $F_{hitung} > F_{tabel,}$ yaitu 4,331 > 3,09 dan nilai probabilitas signifikan < 0,05, yaitu 0,016. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,082 atau sebesar 8,2%. Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi belanja *online* dan *digital payment* adalah: 1) memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan keinginan sebelum melakukan kegiatan pembelanjaan; 2) bijak dalam menggunakan aplikasi belanja online dan digital payment untuk meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif yang tinggi.

Kata kunci: aplikasi belanja online, fasilitas digital payment, perilaku konsumtif

Abstract

This study aims to describe: (1) is there a positive and significant influence on the using of online shopping applications on student consumptive behavior. (2) Is there a positive and significant influence on the using of digital payments on student consumptive behavior. (3) Is there a positive and significant influence on the using of online shopping applications and digital payments on student consumptive behavior. This research is a quantitative research. The research's sample consisted of 100 students of the Islamic accounting study program at IAIN Surakarta. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of the analysis concluded that: (1) the using of online shopping applications has a positive and significant effect on students consumptive behavior. (2) the using of digital payment has a positive and significant effect on students consumer behavior. (3) the using of online shopping applications and digital payments has a positive and significant effect on students consumptive behavior. In the multiple linear regression test results obtained Fcount > Ftable, namely 4.331 > 3.09 and a

significant probability value <0.05, that is 0.016. The coefficient of determination (R2) is 0.082 or 8.2%. The things that can affect the using of online shopping applications and digital payments are: 1) taking into account the factors of need and desire before carrying out shopping activities; 2) be wise in using online shopping and digital payment applications to minimize the occurrence of high consumptive behavior.

Keywords: online shopping application, digital payment facility, consumptive behavior

1. PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* terbesar didunia. *E-commerce* merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk dengan memanfaatkan jaringan internet. Dimana hal ini mengakibatkan perilaku konsumtif semakin meningkat. Perilaku konsumtif merupakan perilaku secara berlebihan membeli secara berlebihan dan tidak rasional tanpa mementingkan kebutuhan (Islamy, 2015). Hal ini disebabkan berbelanja *online* membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Dalam psikologi dikenal istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja) orang yang terjebak didalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan (Hidayah, 2015).

Masyarakat Indonesia memang sudah dikenal sebagai masyarakat konsumtif. Saat barang-barang yang dimiliki masih berfungsi, tetapi ketika produk terbaru keluar maka terdapat kecenderungan untuk membeli produk baru. Dasarnya adalah mengikuti perkembangan terbaru atau trend dan memiliki kekuatan finansial untuk membelinya tanpa terlalu mempertimbangkan fungsi dasarnya. (Hidayah, 2015). Kecenderungan berperilaku konsumtif ini kemungkinan juga dilakukan oleh orang-orang yang kekuatan finansialnya tidak memadai. Dimana demi mendapatkan produk terbaru, mereka sampai ada yang berhutang. Karakteristik tersebut jelas menggambarkan bagaimana perilaku konsumtif itu terus dilakukan dan kian hari kian meningkat. Padahal antara dampak negatif dan positif dalam berperilaku konsumtif lebih banyak dampak negatifnya dari pada dampak

positifnya. Dimana dampak negatif dari perilaku pola hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada setiap konsumen.

Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan (Amaliya, 2017). Generasi muda tersebut yakni para mahasiswa dimana untuk seorang mahasiswa dianggap mampu dalam membedakan mana kebutuhan yang harus mereka penuhi dan mana yang hanya faktor keinginan atau hasrat individu. Akan tetapi pada kenyataannya mahasiswa masih belum bisa mengontrol perilaku konsumtif mereka. Dimana pengeluaran atas kebutuhan lain-lain yang berkaitan dengan shopping, jalan-jalan lebih tinggi daripada kebutuhan makan, minum, transport, dan kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, print dan fotocopy. Padahal kebutuhan belajar yang lebih penting untuk menunjang karirnya merupakan investasi untuk masa depannya. Fenomena ini membuat mahasiswa tidak rasional dalam pembeliannya, sehingga mengarah ke perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif mahasiswa bisa dipengaruhi karena faktor lingkungan dan pertemanan. Remaja yang berada di lingkungan pergaulan yang teman sebayanya bepenampilan glamour maka ia akan merasa tidak mau tertandingi dan berkeinginan melampaui penampilan temannya (Sari, 2018). Dari sini dapat dilihat bahwa semakin banyak mahasiswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan di kampus semakin jauh dari fungsi kampus yang sebenarnya. Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki (Amaliya, 2017). Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam kebutuhan belajar guna keperluan kuliah lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan non kuliah. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan dan pilihan toko online mereka (Vasic, 2019).

Ratusan situs web dan aplikasi sedang dibuat dan digunakan setiap tahun untuk memenuhi permintaan tren belanja yang nyaman ini yang terus meningkat (Bashir, 2015). Didukung dengan hadirnya situs aplikasi belanja *online* beserta kemudahan dalam penggunaannya menjadikan alternatif bagi mahasiswa dikarenakan lebih nyaman daripada belanja *offline* yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Fitur belanja *online* menjadikan mahasiswa kecanduan untuk mengkonsumsi aplikasi tersebut. Bagaimana tidak, belanja *online* saat ini kian hari kian berkembang dan secara bertahap menggantikan toko trandisional karena membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko untuk mendapatkan barang yang diinginkan (Ridwan, 2018). Ratusan situs web dan aplikasi sedang dibuat dan digunakan setiap tahun untuk memenuhi permintaan tren belanja yang nyaman ini yang terus meningkat (Bashir, 2015). Hanya perlu menghubungkan ke internet konsumen dapat melakukan transaksi jual beli *online* dimana saja dan kapan saja (Rohini, 2018). Kemudahan konsumen untuk membeli dan mengembalikan barang memiliki kemungkinan mengarah pada konsumsi yang lebih besar (Oskarsdottir, 2016).

Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan aplikasi belanja *online* semakin meningkat didorong dengan munculnya *digital payment*. *Digital payment* atau sistem pembayaran non tunai berbeda dengan pembayaran tunai (uang dalam bentuk fisik). Pada umumnya pembayaran non tunai atau pembayaran konvensional dilakukan melalui kegiatan transfer antar bank. Selain itu, pembayaran non tunai menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank sebagai alat pembayaran, seperti kartu ATM, kartu debit maupun uang elektronik (*e-money*) (Ramadani, 2016). Saat ini pembayaran non tunai kian canggih dimana dalam sistem pembayaran sudah memanfaatkan jejaring internet, dimana hal ini menjadi faktor pemicu mahasiswa untuk berambisi menggunakannya. Karena hanya dengan menggunakan gadget android yang tersambung dengan internet semua transaksi pembayaran dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Alasan kemudahan pembayaran menjadi faktor daya

tarik situs jualbeli (Ridwan, 2018). Selain itu hadirnya *digital payment* juga sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis, karena dapat menarik konsumennya berkali lipat lebih banyak. Hanya saja bagi para konsumen, khususunya mahasiswa dapat memengaruhi perilaku konsumtif menjadi lebih meningkat.

Sehingga tujuan peneliti ini untuk mendiskripsikan: 1) Adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aplikasi belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta. 2) Adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta. 3) Adakah pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aplikasi belanja *online* dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif ini merupakan suatu jenis penelitian yang data penelitiannya menggunakan angka dan analisisnya menggunakan analisis statistik. Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan desain kausal komparatif. Design kausal komparatif adalah desain penelitian yang menunjukkan sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta sebanyak 152 mahasiswa. Mengingat jumlah populasi dalam penelitian kuantitatif ini cukup besar, peneliti menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* (Sugiyono, 2014) dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Sehubungan dengan jumlah sampel tersebut, maka peneliti mengambil sampel 4 kelas yaitu program studi Akuntansi Syariah angkatan 2017 dimana masing-masing kelas sebanyak 25 mahasiswa. Sampel penelitian dilakukan secara random, jadi menetapkan ciri khusus sesuai tujuan penelitian. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2020 sampai dengan selesai.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni menggunakan kuisioner dengan skala likert, yang dibuat berdasarkan indikator dari variabel (x1), variabel (x2), dan variabel (y). Uji coba instrument dilakukan untuk mengetahui kesalahan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) instrument penelitian tersebut. Analisis data metode kuantitatif yang digunakan adalah analisis statistik yakni melakukan kajian terhadap satu variabel dengan tujuan mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari variabel yang lainnya dalam penelitian. Dengan menggunakan uji prasyarat analisis yang terdiri atas tiga komponen, yaitu uji normalitas data, uji multikolinearitas data, uji heteroskedastisitas data, dan ujian linearitas data. Keabsahan data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji T untuk menguji berpengaruh atau tidaknya terhadap variabel terikat (y), yaitu untuk menguji signifikansi berpengaruh secara individual variabel independen (aplikasi belanja *online* dan *digital payment*) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Dan uji F, untuk menguji pengaruh variabel bebas (x) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya penggunaan aplikasi belanja *online* secara positif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Hasil uji hipotesis pertama diketahui untuk koefisien arah regresi dari variabel penggunaan aplikasi belanja *online* (X_1) adalah sebesar 0,342 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh aplikasi belanja online yang positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Berdasarkan uji t untuk variabel aplikasi belanja online (X_1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 2,606 > 1,98447 dan nilai signifikansi < 0,05, yaitu 0,011 dengan sumbangan relatif sebesar 35,8% dan sumbangan efektif

2,9%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi penggunaan aplikasi belanja online, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Sebalikknya, semakin rendah penggunaan aplikasi belanja online maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Dapat dikatakan demikian karena dari hasil yang telah diteliti menunjukkan bahwasanya Thitung lebih besar daripada Ttabel.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Luthfatul Amaliya (2017). Pada awal penelitian ini disebutkan bahwa tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017, baik secara simultan maupun parsial.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017 yang berjumlah 511 siswa, dengan sampel penelitian 84 siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi Y=0,810+0,318X1+0,392X2+0,577X3. Pemanfaatan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017 dengan kontribusi 52,9%, secara parsial penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,28%. Teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 16,46%, dan status sosial ekonomi orangtua berpengaruh sebesar 16% terhadap perilaku konsumtif siswa.

3.2 Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya penggunaan *digital payment* secara positif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel fasilitas *digital payment* (X_2) adalah sebesar 0,804 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh fasilitas *digital payment* yang positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan uji t untuk variabel fasilitas *digital payment* (X_2) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 2,307 > 1,98447 dan nilai signifikansi < 0,05, yaitu 0,0194 dengan sumbangan relatif sebesar 64,2% dan sumbangan efektif 5,3%. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi fasilitas *digital payment,* maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin rendah fasilitas *digital payment*, maka akan semakin rendah perilaku konsutif mahasiswa. Dapat dikatakan demikian karena dari hasil yang telah diteliti menunjukkan bahwa Thitung lebih besar daripada Ttabel.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Ahmad Irkham, (2020). E-wallet merupakan jenis alat pembayaran tanpa menggunakan uang cash yang dilindungi dengan kata sandi dan keamanan tertentu, dimana pengguna dapat menyimpan uang disana secara online. Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu.

Sampel penelitian berjumlah 152 mahasiswa yang sedang berkuliah dibeberapa Universitas di Kota Semarang dengan menggunakan teknik incidental sampling. Data penelitian diambil menggunakanIdua skala, yaitu skala perilaku konsumtif berdasarkan teori dari Erich Fromm (2008), yang terdiri atas 23 aitem valid dengan validitas 0,315-0,507 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,799. Skala yang kedua menggunakan skala kontrol

diri yang dimodifikasi dari penelitian Fidiana (2014), terdiri atas 21 aitem valid dengan validitas 0,305-0,758 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,897.

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna e-wallet. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *correlation product moment spearman's rho* dengan program pengolah data. Hasil olah data menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna e-wallet di Kota Semarang dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri mahasiswa pengguna e-wallet, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki. Secara umum, kontrol diri pada mahasiswa pengguna e-wallet termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang.

3.3 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment* secara positif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment* secara positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Surakarta. Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi linier diperoleh, Y = 35,250 + 0,342 X1 + 0,166 X2. Persamaan tersebut diketahui bahwa koefisien regresi pada masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Kemudian untuk perhitungan kurva uji t, berdasarkan analisis data diperoleh Fhitung sebesar 4,311 dengan signifikansi sebesar 0,016. Dengan keputusan uji H0 ditolak, karena Fhitung > Ftabel, yaitu 4,311

> 3,09 dan nilai probabilitas signifikansi < 0,05, yaitu 0,016. Dan dapat ditarik kesimpulan ada pengaruh aplikasi belanja online dan Fasilitas Digital Payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Dapat dikatakan demikian karena dari hasil yang telah diteliti menunjukkan bahwa Thitung lebih besar daripada Ttabel.

Berdasarkan kajian di atas, dapat dinyatakan bahwa penggunaan aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment* telah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi akan berpengaruh negatif apabila mahasiswa tidak dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Faktor tersebut juga sejalan dengan Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu. Temuan tersebut sejalan dengan (Amaliya, 2017), yang menyatakan bahwa pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan.

Hasil analisis data menggunakan alat bantu program SPSS 20.0 diperoleh nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,082. Arti dari koefisien ini adalah bahwa kontribusi yang diberikan oleh kombinasi variabel aplikasi belanja online dan fasilitas digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta adalah sebesar 8,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

4. PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan aplikasi belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan fasilitas *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan

aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta sebesar 8,2%, sedangkan 91,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, terdapat beberapa saranyang diajukan oleh peneliti terhadap pihak terkait dan peneliti selanjutnya, yaitu; Mahasiswa hendaknya perlu memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan faktor keinginan dalam melakukan kegiatan pembelian barang atau produk melalui aplikasi belanja *online*. Selain itu mahasiswa juga dapat melihat kemampuan sendiri dalam memutuskan melakukan transaksi, apalagi seiring dengan perkembangan teknologi yang sudah dipermudah dengan fasilitas *digital payment*. Semakin banyak aplikasi dan kemudahan dalam menggunakannya menjadikan masyarakat kecanduan untuk mengkonsumsi aplikasi tersebut. Hal ini yang menyebabkan perilaku konsumtif masyarakat meningkat. Hendaknya masyarakat semakin bijak dalam menggunakan aplikasi tersebut, serta dapat membedakan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang hasrat atau keinginan semata. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumtif individu. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa selain adalah aplikasi belanja *online* dan fasilitas *digital payment*, faktor tersebut merupakan keterbatasan peneliti sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan subjek dan populasi penelitian yang berbeda, variabel penelitian yang berbeda serta metode penelitian yang berbeda dari peneliti

DAFTAR PUSTAKA

Alistriwahyuni, N. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualani, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan I-Saku terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna I-Saku di Indomaret (Studi pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek)*. *07*(02).

Amaliya, L. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)*.

Bashir, D. R. (2015). *Effects Of Online Shopping Trends On Consumer-Buying Behavior: An Empirical Study Of Pakistan*. *2*(2).

Dikria, O., & W., S. U. M. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *9*(2), 143–155. Diambil dari http://journal.um.ac.id

Hidayah, R. W. (2015). *Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta*. 2. https://doi.org/10.1145/3132847.3132886

Islamy, D. P. (2015). *Pengaruh Online Shop pada Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan*.

Oskarsdottir, F. (2016). *Online Shopping and the Natural Environment Exploring the Intersection of Consumer Behavior and Environmental Impact*.

Pamungkas, G. T. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Penggunan E-Money (Studi Kasus Minimarket Indomaret Kec. Binjai Kota, Kota Binjai)*.

Ramadani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E- Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*. *8*(1), 1–8.

Ridwan, M. (2018). *Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan) Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*.

Rohini, D. (2018). Pengaruh Belanja Online di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul. *Skripsi*. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Rojikin, M. S. (2017). *Pengaruh Harga dan Desain terhadap Minat Pembelian di Distro Overtoun Malang*.

Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, *28*(1), 22–30.

Vasic, N. (2019). The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, *14*(2), 0–0. https://doi.org/10.4067/s0718-18762019000200107